



Universitat de Girona
Facultat de Turisme

MÀSTER TESI

EL PATRIMONI CULTURAL ENTRE ELS CRITERIS DE SOSTENIBILITAT TURÍSTICA

**Col·laboració a la Carta Europea de Turisme
Sostenible al Montseny**

MÀSTER EN TURISME CULTURAL

Convocatòria Setembre

Autora Maria Mandil Álvarez

Directora Dra. Rosa Maria Fraguell Sansbelló

Data de lliurament 2 de setembre de 2013

ÍNDEX

ÍNDEX.....	2
ÍNDEX DE TAULES, GRÀFICS I IL·LUSTRACIONS	4
AGRAÏMENTS	5
1. INTRODUCCIÓ.....	7
1.1 Contextualització de l'estudi	7
1.2 La Carta Europea de Turisme Sostenible.....	9
1.3 Les accions de la Carta	11
1.4 Objectius	13
1.4.1 Objectiu principal	13
1.4.2 Objectius secundaris	13
2. METODOLOGIA.....	14
3. MARC TEÒRIC	16
3.1 Conceptualització del patrimoni	16
3.2 El patrimoni com a objecte del turisme cultural.....	20
3.3 Turisme cultural i sostenibilitat.....	24
4. ANÀLISI	29
4.1 Introducció	29
4.2 El patrimoni cultural entre els criteris de sostenibilitat.....	31
4.2.1 Club Producto Reservas de la Biosfera.....	33
4.2.2 Instituto de Turismo Responsable (ITR) i Certificació Biosphere	38
4.2.3 Green Globe	41
4.2.4 Pan Parks	43
4.2.5 Casonas Asturianas.....	44
4.2.6 Proyecto CERES – Ecotur Ecolabel ECEAT	46
4.3 Anàlisi dels resultats.....	47
4.3.1 El pes dels criteris referents al patrimoni cultural dins les certificacions estudiades	47
4.3.2 Conceptualització del patrimoni cultural entre els criteris estudiats	47
4.3.3 La percepció dels empresaris d'allotjament del Parc Natural del Montseny	54
5. CONCLUSIONS	59
5.1 Set blocs per al patrimoni cultural	59

5.2 La importància d'allò local	60
5.3 L'opinió dels empresaris d'allotjament	62
5.3 Limitacions de l'estudi i recomanacions futures	63
ANNEX	64
Llistat d'equipaments del Parc Natural del Montseny	64
Criteris que conformen les certificacions estudiades	68
Club Productor Reservas de la Biosfera	68
Instituto de Turismo Responsable (ITR) i Certificació Biosphere	76
Green Globe	82
PAN Parks	84
Casonas Asturianas	90
Proyecto CERES – Ecotur Ecolabel ECEAT	95
Model enquesta empresaris d'allotjament	97
Respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament	99
BIBLIOGRAFIA	107
WEBGRAFIA	110

ÍNDEX DE TAULES, GRÀFICS I IL·LUSTRACIONS

Taula 1 – Municipis dins l'àmbit de la Carta Europea de Turisme Sostenible.....	8
Il·lustració 1 – Mapa àmbit Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny	9
Taula 2 – Programa d'actuacions de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny	11
Gràfic 1 – Oferta de productes turístics al Parc Natural del Montseny	29
Gràfic 2 – Oferta hotelera per tipologies al Parc Natural del Montseny	30
Taula 3 – Agents involucrats en les certificacions i manuals de bones pràctiques estudiats	31
Taula 4 – Criteris per al Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera relacionats amb el patrimoni cultural.....	35
Taula 5 – Criteris per a la Certificació Biosphere relacionats amb el patrimoni cultural	39
Taula 6 – Criteris per a la Certificació Green Globe relacionats amb el patrimoni cultural.....	41
Taula 7 – Criteris per a la Certificació Pan Parks relacionats amb el patrimoni cultural	43
Taula 8 – Criteris per a la Certificació Club de Calidad Casonas Asturianas relacionats amb el patrimoni cultural.....	45
Taula 9 – Criteris per a la Certificació Proyecto CERES relacionats amb el patrimoni cultural...	46
Taula 10 – Criteris referents al patrimoni cultural sobre el total de criteris estudiats	47
Taula 11 – Repartiment dels criteris estudiats en relació al patrimoni cultural per blocs temàtics.....	48
Taula 12 – Criteris referents al patrimoni cultural subdividits en blocs temàtics.....	53
Gràfic 3 – Criteris referents al patrimoni cultural subdividits en blocs temàtics.....	54
Gràfic 4 – Principal inconvenient pels empresaris d'allotjament alhora de seguir un manual de bones pràctiques o ser certificats	55
Gràfic 5 – Principal benefici pels empresaris d'allotjament alhora de seguir un manual de bones pràctiques o ser certificats	56
Gràfic 6 – Format de la informació facilitada als hostes des de les empreses d'allotjament	57
Gràfic 7 – Atributs referents al concepte "local" dins els criteris referents al patrimoni cultural	61
Taula 13 – Taula resum de les respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament	99
Taula 14 – Respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament.....	101

AGRAÏMENTS

M'agradaria agrair a totes aquelles persones que han fet possible la realització d'aquest treball Fi de Màster, per la seva col·laboració i suport al llarg d'aquests mesos.

Primerament, a la meva tutora, la Dra. Rosa Maria Fraguell Sansbelló pel seu suport, rigor i confiança en mi. Qui m'ha proporcionat els seus coneixements, ajuda i temps per a l'elaboració d'aquesta treball, així com per les seves orientacions, correccions i aportacions en el camp del turisme sostenible, no només en aquest projecte sinó també en la seva docència en l'anterior màster realitzat a la Universitat de Girona.

Al senyor Lluís Velasco Batlle, cap de la Unitat d'Ús Públic i Educació Ambiental del Parc Natural del Montseny, per proporcionar-me l'oportunitat de participar en una de les accions de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Parc Natural del Montseny. Al mateix temps, agrair a l'equip tècnic del Parc Natural del Montseny, Repte Territorial S.C, a l'Esther i la Isabel, pel seu suport durant els inicis d'aquest projecte.

Als representants de Reservas de la Biosfera Españolas, de l'Institut de Turisme Responsable, de Green Globe, de Pan Parks, de Casonas Asturianas i de ECEAT Internacional España, per facilitar-me informació referent als criteris de les respectives certificacions estudiades.

Als empresaris d'allotjaments turístics del Parc Natural del Montseny que han col·laborat en les enquestes realitzades per a completar la part d'anàlisi i percepció d'aquests referent a conceptes estudiats al llarg del treball.

A tots aquells professors del Màster en Turisme Cultural que m'han facilitat bibliografia al llarg del curs per completar els apartats teòrics d'aquest estudi.

I finalment, a tota la meva família per haver-me ajudat i acompanyat durant aquest treball, pels seus consells i per la seva ajuda.

A tots ells, gràcies!

Els recursos patrimonials poden constituir l'atractiu principal i també ser el centre d'una activitat complementària turística, però també poden ser presents en l'arquitectura dels allotjaments, rurals o no, en el mobiliari, en la decoració [...] així com també en la restauració, on el patrimoni gastronòmic característic de la zona adquireix un paper cada vegada més important.

Prats (2011)

1. INTRODUCCIÓ

1.1 Contextualització de l'estudi

El present projecte fi de màster té el seu origen en la proposta facilitada per l'Oficina del Parc Natural del Montseny en relació a les accions a portar a terme dins els compromisos de la Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) al Parc durant els anys 2011 – 2015. La Carta Europea de Turisme Sostenible és una acreditació que atorga la Federació EUROPARC als espais naturals protegits que demostrin el seu compromís pràctic amb el turisme sostenible, definint una estratègia i un pla d'acció adaptats a les particularitats del territori.

El Parc Natural del Montseny es situa entre les demarcacions de Girona i Barcelona i s'estén per les comarques del Vallès Oriental, la Selva i Osona. El Montseny és un espai singular dotat d'alts valors culturals i naturals reconeguts mitjançant la declaració d'importants figures de protecció (Parc Natural Reserva de la Biosfera per la UNESCO i Espai de la Xarxa Natura 2000).

El cas de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Parc Natural del Montseny supera els límits del Parc i inclou altres municipis limítrofs que compten amb característiques d'identificació amb els valors del massís.

La diagnosi elaborada pel Fòrum Permanent i el Grup de Treball del Parc justifiquen aquesta proposta definint que la regió total de la CETS al Montseny permetrà que els municipis limítrofs:

- Formin part de la regió natural del Montseny, entesa com una unitat topogràfica, geològica, climàtica, botànica i paisatgística.
- Esdevinguin municipis que actuïn com a “porta d'entrada” al Parc, ja que tenen les infraestructures necessàries per a servir d'accés al massís.
- Mantinguin la relació històrico-cultural amb el massís del Montseny, cosa que ha configurat el seu paisatge al llarg del temps.

El cas del massís del Montseny és força especial ja que la marca de certificació, en aquest cas la Carta Europea de Turisme Sostenible, engloba un territori fora dels límits del Parc Natural. Aquesta decisió la va prendre el Consell Coordinador del Parc Natural del Montseny, el qual va incloure els 18 municipis del Parc i els 10 municipis veïns. La taula següent ens mostra el llistat dels municipis dins l'àmbit de la CETS, així com les comarques a la qual pertanyen:

Taula 1 – Municipis dins l'àmbit de la Carta Europea de Turisme Sostenible

Municipi del Parc Natural del Montseny		Municipi de fora del Parc però dins l'àmbit CETS	
Municipi	Comarca	Municipi	Comarca
Aiguafreda	Vallès Oriental	Balenyà	Osona
Arbúcies	La Selva	Centelles	Osona
Breda	La Selva	Espinelles	Osona
Campins	Vallès Oriental	Hostalric	La Selva
Cànoves i Samalús	Vallès Oriental	Sant Antoni de Vilamajor	Vallès Oriental
El Brull	Osona	Sant Celoni	Vallès Oriental
Figaró i Montmany	Vallès Oriental	Sant Hilari Sacalm	La Selva
Fogars de Montclús	Vallès Oriental	Santa Maria de Palautordera	Vallès Oriental
Gualba	Vallès Oriental	Taradell	Osona
La Garriga	Vallès Oriental	Tona	Osona
Montseny	Vallès Oriental		
Riells i Viabrea	La Selva		
Sant Esteve de Palautordera	Vallès Oriental		
Sant Feliu de Buixalleu	La Selva		
Sant Pere de Vilamajor	Vallès Oriental		
Seva	Osona		
Tagamanent	Vallès Oriental		
Viladrau	Osona		

Font: Diagnosi de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny 2011-2015.

Amb aquesta remodelació, l'àmbit de la CETS engloba un total de 28 municipis amb una superfície de 83.446,56 hectàrees i una població de 116.043 habitants. El mapa següent ens dibuixa de manera gràfica la superfície gestionada per la Carta:



Font: Diagnosi de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny 2011-2015.

1.2 La Carta Europea de Turisme Sostenible

La Carta Europea de Turisme Sostenible és una acreditació d'àmbit europeu, gestionada per la Federació EUROPARC, pels espais naturals protegits que han demostrat el seu compromís pràctic amb el turisme sostenible treballant en equip, elaborant i executant una estratègia turística i un pla d'acció adaptats a les particularitats del territori, amb l'objectiu de millorar la viabilitat ambiental, social i econòmica del turisme.

La CETS s'inscriu dins les prioritats mundials i europees expressades per les recomanacions de l'Agenda 21, adoptades durant la Cimera de la Terra a Rio i pel V Programa d'accions comunitari per a un desenvolupament sostenible (Comunitat Europea, 1992).

Els objectius de la Carta són:

- Fomentar el coneixement i el recolzament dels espais protegits d'Europa, que representen una part fonamental del patrimoni i cal conservar per a què les generacions actuals i futures en puguin gaudir.
- Millorar el desenvolupament sostenible i la gestió del turisme d'espais protegits, tenint en compte les necessitats del medi ambient, les dels residents locals, les de les empreses i els visitants.

La Carta compromet als signataris a portar a la pràctica una estratègia local a favor d'un "turisme sostenible". Adherir-se a aquesta certificació significa adoptar com a estratègia general un desenvolupament turístic sostenible.

La Federació EUROPARC ha dissenyat tres fases per a l'adhesió a la Carta Europea de Turisme Sostenible consultables en el seu Text Oficial de la CETS.

A la Fase I, posada en marxa l'any 2001, és l'espai natural protegit, amb l'acord i el compromís de les empreses turístiques i altres agents locals, qui sol·licita l'adhesió, i és el territori qui rep l'acreditació de la CETS.

A la Fase II, iniciada l'any 2008, el sistema d'adhesió distingirà en els espais protegits ja acreditats a aquelles empreses que més i millor s'esforcin per a fer sostenible la seva activitat i col·laborar amb els gestors de l'espai. Són les empreses turístiques les que voluntàriament poden sol·licitar la seva adhesió. Aquesta acreditació, la de les empreses, serà molt més que una nova marca de qualitat, ja que garanteix una autèntica col·laboració entre l'empresa i l'espai protegit per a avançar en el desenvolupament d'un turisme sostenible.

En la Fase III, encara no iniciada, són els organitzadors de viatges els que podran adherir-se a la CETS, sempre que incorporin els principis del desenvolupament sostenible als seus serveis turístics, i treballin en col·laboració amb l'autoritat responsable de l'estratègia en l'espai protegit i els proveïdors de serveis turístics locals.

1.3 Les accions de la Carta

El dossier de candidatura de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny compta amb un programa d'actuacions a portar a terme en el període 2011 – 2015. Aquestes accions s'agrupen en sis grans programes i es subdivideixen en nombroses línies estratègiques:

Taula 2 – Programa d'actuacions de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny

PROGRAMA	LÍNIES ESTRATÈGIQUES
1. Cooperació i estratègia	<p>LE 1.1: Manteniment i potenciació dels espais de participació i treball de la CETS.</p> <p>1.1.1 Signatura de compromís de col·laboració en la CETS.</p> <p>1.1.2 Reunió anual del Fòrum Permanent.</p> <p>1.1.3 Manteniment del Grup de Treball.</p> <p>1.1.4 Convocatòria de reunions temàtiques del Grup de Treball.</p> <p>1.1.5 Cohesió i comunicació empresarial a través de l'entorn 2.0.</p> <p>1.1.6 Definició de responsabilitats per al seguiment de la CETS al Montseny.</p> <p>LE 1.2: Pauta del treball per a la renovació de la CETS.</p> <p>1.2.1 Definició del procés de treball per a la renovació de la CETS.</p> <p>1.2.2 Actualització de continguts de la Diagnosi de l'àmbit CETS.</p> <p>LE 1.3: Promoció de la sostenibilitat en la política turística local.</p> <p>1.3.1 Promoció de l'encaix de la CETS amb l'Agenda 21.</p> <p>1.3.2 Determinació de criteris per a l'acreditació d'empreses amb la CETS.</p> <p>1.3.3 Acreditació d'empreses amb la CETS.</p> <p>1.3.4 Assistència a jornades de la Xarxa Europea i de la Xarxa d'Espanya i Portugal d'espais acreditats amb la CETS.</p> <p>1.3.5 Pla de comunicació de la CETS.</p>
2. Patrimoni	<p>LE 2.1: Millora en la identificació de recursos i en la seva conservació i interpretació.</p> <p>2.1.1 Catalogació del patrimoni natural i cultural en l'àmbit CETS.</p> <p>2.1.2 Establiment de criteris per a la transmissió de valors patrimonials en l'ús lúdic dels recursos.</p> <p>2.1.3 Potenciació dels itineraris circulars entorn els municipis.</p> <p>2.1.4 Posada en valor del patrimoni etnològic.</p> <p>2.1.5 Posada en valor del Pla de Conservació.</p> <p>2.1.6 Gestió coordinada dels itineraris.</p> <p>LE 2.2: Implicació del sector turístic privat i dels visitants en la conservació i la sostenibilitat.</p> <p>2.2.1 Compromís per la reducció d'emissions i consum energètic responsable.</p> <p>2.2.2 Impuls de la gestió per la conservació del patrimoni natural amb implicació del sector turístic.</p> <p>2.2.3 Sensibilització del sector turístic i dels visitants en les problemàtiques ambientals i la reducció dels impactes al medi natural públic i privat.</p>
3. Tipologia i nombre de visitants. Qualitat de la visita	<p>LE 3.1: Impuls de la formació i implantació de sistemes de qualitat certificada.</p> <p>3.1.1 Facilitació de l'accés als sistemes de qualitat a les empreses turístiques.</p> <p>3.1.2 Formació al sector turístic privat en qualitat i coneixement del territori.</p> <p>3.1.3 Coneixement i millora dels serveis turístics i del territori.</p> <p>3.1.4 Posada en valor i difusió de l'Estratègia Educació Ambiental del Parc Natural del Montseny en l'àmbit de la CETS.</p> <p>LE 3.2: Anàlisi de visitants: satisfacció de la visita i adequació d'infraestructures a les seves necessitats.</p> <p>3.2.1 Elaboració d'una enquesta de satisfacció dels visitants per a tot l'àmbit de la CETS.</p> <p>3.2.2 Anàlisi de mercats turístics.</p> <p>LE 3.3: Millora de l'oferta d'equipaments i serveis accessibles.</p> <p>3.3.1 Realització d'un inventari de l'accessibilitat en l'àmbit CETS.</p> <p>3.3.2 Creació de productes turístics accessibles.</p>

<p>4. Informació i productes turístics</p>	<p>LE 4.1: Ordenació i promoció de productes sota la destinació turística “Montseny”. 4.1.1 Definició de producte turístic sostenible i de qualitat. 4.1.2 Inventari de productes turístics. 4.1.3 Creació de productes d’ecoturisme. 4.1.4 Creació d’una imatge corporativa per als productes de la destinació turística “Montseny”. 4.1.5 Creació d’una estratègia i un Pla de Promoció i Comunicació Turística CETS Montseny. LE 4.2: Millora de la tramesa d’informació a visitants i als agents participants en la CETS. 4.2.1 Elaboració setmanal d’Agenda Permanent d’Activitats de l’àmbit CETS. 4.2.2 Gestió coordinada de la informació entre equipaments públics i privats.</p>
<p>5. Turisme i repercussió en la població i economia local</p>	<p>LE 5.1: Integració de productes artesans als serveis i productes turístics. 5.1.1 Implantació d’un programa per a la distribució de productes locals en restaurants. 5.1.2 Organització conjunta de fires agroalimentàries i d’artesanía. 5.1.3 Identificació i distribució de productes locals i artesans als centre d’informació i altres punts d’interès de l’àmbit CETS. LE 5.2: Potenciació d’ajuts adreçats a la població local. 5.2.1 Comunicació de les línies d’ajuts existents. 5.2.2 Estudi inicial de propostes per establir mecanismes de compensació econòmica pel manteniment de l’entorn i del paisatge. LE 5.3: Millora de la comunicació bidireccional amb la població local. 5.3.1 Implantació d’un sistema de difusió de les activitats locals i culturals de l’àmbit CETS.</p>
<p>6. Control de fluxos de visitants</p>	<p>LE 6.1: Control i estudi de les dades de freqüentació. 6.1.1 Implantació d’un sistema de recollida de dades sobre nombre de visitants. 6.1.2 Comunicació del grau d’ocupació dels establiments turístics. 6.1.3 Recollida de dades sobre freqüentació dispersa a través del comptatge de vehicles estacionats. LE 6.2: Treball per a la regulació de l’estacionalització i la freqüentació. 6.2.1 Recull de tots els treballs sobre freqüentació i proposta de productes turístics segons mercats turístics. 6.2.2 Implicació dels equipaments i els establiments privats en la regulació de fluxos de visitants mitjançant la facilitació d’informació. LE 6.3: Anàlisi i regulació del transport i accés a l’àmbit CETS. 6.3.1 Millora de l’oferta i cobertura del transport públic a tot l’àmbit CETS. 6.3.2 Anàlisi de gestió del transport privat.</p>

Font: Programa d’actuacions de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny.

La present Màster Tesi pretén col·laborar amb l’acció *4.1.1 Definició de producte turístic sostenible i de qualitat*. Com que aquesta definició pot ser molt extensa, s’ha cregut oportú tractar de quina manera el concepte “patrimoni cultural” és tractat dins les certificacions que avaluen la qualitat i sostenibilitat d’un producte turístic. D’aquesta manera, es seleccionaran un seguit de criteris específics que valoren els de productes turístics relacionats amb el patrimoni cultural. Com que aquest projecte s’emmarca, alhora, dins els estudis del Màster en Turisme Cultural, l’estudi del patrimoni cultural dins els criteris de sostenibilitat serà l’objecte d’estudi del cas que ens ocupa.

1.4 Objectius

1.4.1 Objectiu principal

- La Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny i, més concretament, l'acció 4.1.1 *Definició de producte turístic sostenible i de qualitat* del seu pla d'acció pretén conceptualitzar quins criteris defineixen un producte turístic sostenible i de qualitat. Dins el marc del Màster en Turisme Cultural, el present estudi té com a objectiu principal seleccionar quins criteris són necessaris incloure en el disseny de productes de turisme sostenible al Parc relacionats amb el patrimoni cultural.

1.4.2 Objectius secundaris

L'objectiu principal ens fa possible dissenyar un seguit d'objectius secundaris que l'estudi haurà de complir:

- Exposar les definicions que ha pres al llarg del temps el concepte de patrimoni cultural i la seva importància dins el fenomen turístic.
- Mostrar quins són els productes ofertats al Parc per així poder determinar quin tipus de certificacions i manuals de bones pràctiques són més adients analitzar.
- Mostrar diferents criteris de sostenibilitat provinents d'institucions i organitzacions de referència en l'àmbit del turisme, i relacionades amb l'oferta del Parc Natural del Montseny, per veure de quina manera és tractat el patrimoni cultural dins aquests paràmetres.
- Establir una homogeneïtzació dels criteris comuns referents al patrimoni cultural d'entre les certificacions de sostenibilitat turística i programes de bones pràctiques estudiats per tal de proporcionar una guia útil per a l'elaboració de productes turístics sostenibles amb el patrimoni cultural a l'àmbit estudiat.
- Conèixer la percepció que tenen els empresaris d'allotjament del Parc del Montseny sobre l'aplicació de sistemes de certificació referents a la gestió turística sostenible del patrimoni cultural.

2. METODOLOGIA

Les metodologies per a l'elaboració d'aquesta Màster Tesi han estat diverses. Primerament, per a l'apartat del marc teòric, s'ha fet una cerca de bibliografia diversa existent referent al patrimoni cultural, al seu concepte i l'opinió de diversos autors i institucions. Al mateix temps, s'ha completat aquesta apartat amb bibliografia referent al patrimoni i a l'activitat turística, més concretament al turisme cultural. Dins el marc de la Carta Europea de Turisme Sostenible, s'ha cregut oportú assenyalar i definir alguns conceptes relacionats amb la pràctica turística sostenible provinents d'institucions internacionals com poden ser Europarc o l'Organització Mundial del Turisme.

Pel següent capítol, d'Anàlisi, s'ha optat per estudiar-lo a partir de metodologies diferents:

- En el primer cas, s'ha iniciat una recerca sobre l'oferta turística del Parc Natural del Montseny. Aquesta ens ha permès obtenir un llistat de diferents empreses que giren entorn el producte turístic Montseny.
- Un cop extret el llistat de tipologies d'empreses, hem seleccionat 6 certificacions: Reservas de la Biosfera, Biosphere, Green Globe, Pan Parks, Casonas Asturianas i Proyecto Ceres. Aquestes certificacions s'han escollit ja que comprenen criteris per als diferents productes que les empreses ofereixen dins l'espai protegit i rural, com és el cas estudiat. Un cop escollides, s'han extret els criteris referents a aquestes certificacions relacionats amb el patrimoni cultural. Per a una millor definició de producte turístic sostenible relacionat amb el patrimoni cultural, s'han definit set blocs temàtics i s'ha atorgat a cada criteri un bloc per així poder observar millor quins temes afronten més les diferents certificacions analitzades.
- Al mateix temps, s'ha cregut oportú veure quina és la percepció d'una part dels *stakeholders* del Parc, la dels empresaris d'allotjament. S'ha escollit aquest grup ja que són els que poden inferir en els set blocs temàtics estudiats i, també, perquè configuren la majoria de les empreses turístiques al Parc. Per aquest motiu s'ha creat una enquesta amb preguntes relacionades amb els set blocs temàtics preestablerts: Gestió, Formació del Personal, Decoració pròpia i adequada, Arquitectura popular, Informació als Clients, Contribució en Projectes i Gastronomia. L'enquesta s'ha portat a terme mitjançant conversa telefònica amb els gestors de les empreses d'allotjament i els resultats d'aquesta (veure Annex) s'han mostrat sense el nom de l'empresa per així mantenir la confidencialitat de les dades. El llistat d'empreses s'ha extret de la web de

la Diputació de Barcelona – Xarxa de Parcs Naturals. En aquest cas s’ha obtingut un total de 45 enquestes, d’un llistat total de 50 empreses d’allotjament. És a dir, el 90% de la mostra ha accedit a contestar a l’enquesta.

Disposant de la informació aconseguida, s’ha analitzat en profunditat quins són els trets característics per a la definició d’un producte turístic sostenible relacionat amb el patrimoni cultural i la percepció o implicació que tenen els empresaris enquestats.

3. MARC TEÒRIC

3.1 Conceptualització del patrimoni

El concepte de patrimoni és utilitzat en una polisèmia abusiva que, sovint deriva en confusió [...] la polisèmia ja va bé perquè cadascú entengui el patrimoni com li convingui i així pugui utilitzar el valor afegit que comporta el concepte en qualsevol de les seves actuacions.

Prats (2010)

Al llarg del temps, nombrosos autors i institucions han fet referència explícita al concepte de patrimoni. Sovint s'identifica el patrimoni com un concepte que eludeix a la història, a la cultura i és quelcom assumit per a un grup local (Santana, 2002). El patrimoni és considerat per a molts com la síntesi simbòlica dels valors identitaris d'una societat, que els reconeix com a propis (Iniesta i González, 1991). El concepte patrimoni es troba associat també a la idea del pas del temps, de la història. Tant és així que alguns autors com Donaire (2008) constaten que en el mateix ADN del concepte patrimoni se situa la conservació i la protecció; una protecció que sorgeix per preservar l'estat d'un patrimoni que pot desaparèixer.

En la *Convenció sobre la protecció del patrimoni mundial, cultural i natural* (1972), la UNESCO defineix que el patrimoni cultural comprèn:

- **Monuments:** obres arquitectòniques, d'escultura o pintura monumentals, elements o estructures de caràcter arqueològic, inscripcions, caveres i grups d'elements, que tinguin un valor universal excepcional des del punt de vista de la història, l'art o la ciència.
- **Conjunts:** grups de construccions, aïllats o reunits, la seva arquitectura, unitat i integració en el paisatge els doni un valor universal excepcional des del punt de vista de la història, l'art o la ciència.
- **Llocs:** obres de l'home o altres conjuntures de l'home i la naturalesa així com les zones, inclosos en llocs arqueològics que tinguin un valor universal des del punt de vista històric, estètic, etnològic o antropològic.

Aquesta classificació d'elements que conformen el patrimoni cultural es basa en recursos tangibles, físics en el medi. A diferència de la feta per Galí, Majó i Vidal (2000), els quals apunten que el patrimoni cultural es divideix en dos grans àmbits:

- Patrimoni material dels llocs consagrats a la cultura, realitzacions fetes per l'home, museus, monuments, pobles i ciutats artístiques, patrimoni arqueològic i parcs prehistòrics, jardins, edificis religiosos, militars, etc.
- Patrimoni immaterial com festes i festivals, trobades, tradicions i maneres de fer on el passat i el present es fan presents.

Una definició més general és la feta per Ballart i Juan Tresserras (2001), els quals destaquen que és patrimoni tot allò que traspassem en herència, entenent que el patrimoni és una construcció cultural i, com a tal, subjecta a canvis en funció de les circumstàncies històriques i socials. L'herència cultural és un actiu al qual la societat hi atorga un valor que serveix per a establir vincles entre individus.

Llorenç Prats (2010) exposa que hi ha una sèrie de premisses que ens porten a entendre una mica més el concepte de patrimoni en la seva versió més genèrica:

- El patrimoni és una construcció social. No ha existit tota la vida ni a tot arreu, sinó que és un artefacte que apareix amb la revolució industrial, les revolucions burgeses i els nacionalismes. Tant si entenem patrimoni com una herència genèrica dels ancestres, com si l'entendem com la manifestació en el món present i quotidià de l'externalitat cultural, passa, en un moment o altre, un procés de selecció intencionada. La selecció s'ha de produir per determinar què serà considerat patrimoni, és a dir, que cal posar en valor.
- Els discursos expositius han anat agafant cada vegada més preponderància sobre els referents patrimonials. El patrimoni s'utilitza, en el context d'un discurs, per sostenir determinades idees, tesis. Les institucions patrimonials han fet de la pluralitat dels discursos la seva pràctica habitual i van entrar al mercat per als turistes i visitants domèstics, passant per la diversificació d'aquestes institucions (*ecomuseus*, *economuseus*, museus de societat, museus de civilització,...). Amb això es va deixar de mostrar el patrimoni per sostenir un discurs d'orgull i cohesió nacional per passar a utilitzar-lo, més o menys parcialment, com la relíquia que legitima un discurs o altre, una gran diversitat de discursos. El llenguatge expositiu ha esdevingut una nova forma de comunicació cultural, un nou art, que es pot aplicar al patrimoni, poc, molt o gens. El nou art no renuncia a la legitimitat que confereix el concepte patrimoni i, per això, si no hi ha patrimoni reconegut, proclama que allò que fa és posar en valor patrimonis emergents o reivindica el caràcter patrimonial d'elements inèdits, presents en les

seves activitats expositives d'elles mateixes, ja que, al capdavant, segons com es miri, patrimoni pot ser-ho tot.

- El patrimoni està estretament lligat a la construcció identitària. El patrimoni va néixer per contribuir a fundar i a fonamentar identitats. Fenòmens com la globalització, els moviments migratoris interns i externs, la segmentació de la societat, el terrorisme internacional, la crisi o la marginació han fet néixer la necessitat de ratificar-se, de reubicar-se per tot arreu, i el patrimoni ha esdevingut un instrument imprescindible en aquest procés. El patrimoni està contribuint a dibuixar un mapa molt més complex i multidimensional de la realitat del present segons és viscuda pels seus protagonistes, un mapa necessàriament evolutiu.
- El patrimoni tendeix a mantenir una relació molt estreta amb les activitats turístiques i lúdiques en general. L'activació del patrimoni es veu també com un recurs per al desenvolupament o el sosteniment econòmic local.
- El poder públic té un interès estratègic en el patrimoni, a causa de les premisses anteriors. El patrimoni serveix per crear una imatge de marca, en definitiva, una estratègia de màrqueting que s'ha demostrat molt exitosa. El poder públic té la missió de liderar la societat, però no de substituir-la. I aquí es genera un conflicte amb el patrimoni perquè aquest té dues característiques que el fan molt llamener: permet sustentar discursos ideològics amb una eficàcia insuperable i permet deixar empremta en la història. Això planteja una pregunta: de qui és el patrimoni? Obviant el respecte a la propietat privada, tothom estaria d'acord en què el patrimoni és del poble. Malauradament, continua essent cert que sense poder no hi ha patrimoni, en el sentit que, si el poder no fa, o deixa de fer, un determinat projecte, mai no tirarà endavant. No obstant, la reclamació ciutadana de protagonisme en aquest camp, si més no a nivell local, també és cada vegada més gran.

En el patrimoni cultural, la presència del subjecte com a individu desapareix. Hi trobem, en canvi, un sentit de col·lectivitat, la qual cosa fa que adquireixi una dimensió política, en termes de gestió. Aquest patrimoni cultural corre el risc d'ésser manipulat o posat al servei dels ciutadans, per això en molts casos trobem aquest patrimoni legislat, generalment en casos de possible desaparició o d'especial importància. Sense una bona gestió i protecció de certs actius patrimonials vulnerables ens trobaríem enfront una pèrdua de continuïtat històrica, de la identitat dels pobles i de la relació de l'ésser humà amb el seu entorn.

L'ús popular del patrimoni cultural ha estat un eficient factor de millora econòmica, en generar importants ingressos directes i també indirectes. Ingressos que han servit en la conservació,

protecció i rehabilitació del mateix patrimoni, però a més han propiciat que haguem de tenir en compte altres elements del territori que tendeixen a articular-se al seu voltant (accessibilitat, enllumenat, oferta complementària, etc.). La popularització del patrimoni ha facilitat que tant els visitants com els ciutadans s'acostumin al seu ús (Galí, 2002).

La Llei 9/1993 del Patrimoni Cultural Català defineix aquest terme com “un dels testimonis fonamentals de la trajectòria històrica i d'identitat d'una col·lectivitat nacional. Els béns que l'integren constitueixen una herència insubstituïble, que cal transmetre en les millors condicions a les generacions futures”. La mateixa llei posa de manifest que les accions de protecció, conservació, acreixement, investigació i difusió són d'obligat compliment per part dels poders públics. Aquesta norma engloba el patrimoni moble, el patrimoni immoble, el patrimoni immaterial i les manifestacions de la cultura tradicional i popular. Segons la seva importància la Generalitat de Catalunya distingeix diversos nivells de protecció: els béns culturals d'interès nacional, els béns catalogats i la resta de béns, catalogats com a béns culturals d'interès local. Des del govern català es contemplen en aquesta llei “tots els béns mobles o immobles relacionats amb la història i la cultura de Catalunya que per llur valor històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic, etnològic, documental, bibliogràfic, científic o tècnic mereixen una protecció o una defensa especials [...] com també els béns immaterials integrants de la cultura popular i tradicional i les particularitats lingüístiques”.

La preservació del patrimoni és quelcom que preocupa la societat. D'aquesta manera, des de les institucions patrimonials es veu necessari defensar aquest llegat. Des del Museu Etnològic del Montseny (Rueda i Torres, 2000), com en d'altres casos, s'advoquen a la preservació d'aquest bàsicament per tres raons: 1. El patrimoni cultural és un element d'identitat d'una comunitat. És el testimoni d'una herència comuna, unes tradicions, uns costums, un paisatge comú, que diferencia un grup o col·lectiu humà d'altres. La conservació d'aquests testimonis esdevé un element de cohesió social important. 2. El patrimoni cultural és un element de dinamització cultural, és a dir, un recurs per a enriquir culturalment la comunitat. 3. El patrimoni cultural és o pot ser un recurs per al desenvolupament comunitari. Es tracta d'un recurs sostenible de primera magnitud. El patrimoni cultural presenta l'altra cara de la moneda del turisme extractiu i depredador de la costa. El patrimoni cultural com a recurs turístic ha de ser sostenible i respectuós amb el seu entorn.

El patrimoni és, abans que un recurs turístic, un bé social i una part fonamental de la cultura de la comunitat que el posseeix. Els recursos culturals són únics, insubstituïbles i han de complir el seu paper ara i en el futur (ICOMOS, 1999). Però no tot el que és patrimoni pot posar-se en

valor. Santana (2003) defensa que no tots els recursos patrimonials posseeixen capacitats per a poder ser presentats, contemplats i entesos, sinó que han d'estar adaptats per la mirada, no per la lectura. L'activació patrimonial, o la posada en valor d'un element patrimonial, té a veure, segons Prats (2005) amb un discurs més o menys explícit d'un poder públic. L'autor constata també que sovint aquests poders públics han de negociar amb altres poders fàctics i amb la pròpia societat sobre diferents processos d'activació del patrimoni. La qual cosa significa que sovint aquests processos són consensuats amb el poble que, exceptuant la propietat privada, és el propietari del patrimoni local, regional, nacional o internacional.

3.2 El patrimoni com a objecte del turisme cultural

Les guies i fulletons interpel·len a un visitant que no considera el turisme com un acte ritual basat en el consum col·lectiu, sinó com una oportunitat individual de comunicació entre el patrimoni, la identitat i un mateix.

Galí (2005)

Ahora más que nunca el Centro de Visitantes es el fiel reflejo del ayer del Patrimonio lorquino. La visita a su exposición nos lleva de la mano por la historia de Lorca desde los primeros pobladores prehistóricos hasta el esplendor renacentista y barroco. En él también conoceremos las tradiciones, la artesanía y el espíritu de superación de las gentes de esta ciudad que siempre han luchado por sobreponerse a los avatares del destino.

Web Lorca taller del tiempo (2013)

L'Organització Mundial del Turisme (OMT, 1985) defineix turisme cultural com el moviment de persones per motivacions culturals, incloent-hi les rutes de formació, les arts escèniques, els itineraris culturals, els viatges a festivals, les visites a monuments i llocs històrics, el folklore i els pelegrinatges.

Algunes de les definicions de turisme cultural contempen l'interès pel gaudi patrimonial (monumental, conjunt històric o artístic), com és el cas de ICOMOS que defensa que el turisme cultural és aquella forma de turisme l'objectiu del qual està, entre altres propòsits en la descoberta i coneixença de monuments i llocs d'interès historicoartístic (Carta Internacional del Turisme Cultural per l'ICOMOS, 1976). La mateixa organització amplia la definició, l'any 1999, i integra aspectes nous com la idea que el turisme cultural permet als visitants l'experiència de conèixer les formes de vida d'altres persones, mitjançant el coneixement de costums, tradicions, medi físic o idees.

Dit això, molts autors defensen que el turisme cultural és aquell que rep turistes amb motivacions estrictament culturals. Altre cop, ens trobem amb entrebancs alhora de definir quines són les motivacions culturals dels visitants. Donaire (2008) defineix quatre motivacions per a la pràctica del turisme cultural. La primera correspon a una motivació estètica, on el turista persegueix connectar amb allò que és bell i on la contemplació és clau. La segona motivació és la interpretativa. En aquest, el visitant té la voluntat de sentir-se més culte quan ha finalitzat el seu viatge, és a dir, pretén assolir un coneixement superior a través de la interpretació del patrimoni visitat. En tercer lloc trobem la motivació ritual. Donaire afirma que aquesta motivació és duta a terme per a turistes que segueixen, sense saber-ho, un codi d'interpretació del lloc, comprès per símbols i signes, el qual els condiciona el seu recorregut. Per últim, trobem la motivació relacionada amb la identificació social. La identitat del lloc es defineix a partir de la identitat dels individus en el lloc. El fet de visitar un determinat espai atorga a l'individu d'atributs socials, una construcció social.

La xarxa ATLAS (1991), citat per l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (2009), al seu torn, afirma que el turisme cultural es basa en el moviment de persones cap a atractius culturals específics, com llocs patrimonials, artístics i manifestacions culturals, art i representacions diverses. Més endavant, Richards (2008) posa sobre la taula que el turisme cultural comença a associar-se amb la cultura popular i altres formes de patrimoni intangible. La mateixa associació ATLAS (2005) modifica la definició de turisme cultural i sintetitza la idea com "aquell moviment de persones a atractius culturals ubicats a ciutats de països que no són el seu lloc de residència, essent el seu objectiu adquirir nova informació i experiències per a satisfer les seves necessitats culturals".

És cert que, en molts casos, el concepte de turisme cultural s'associa a l'*heritage tourism*, al consum del patrimoni històric i cultural testimoni del passat. Es vincula als llocs i activitats que representen les històries i la gent d'altres temps, i inclou recursos culturals, històrics i naturals. Una definició actual sobre les diferents formes que pot prendre el turisme cultural és la feta per Donaire (2008):

- Turisme culte. La condició cultural la dóna l'actitud. Segons l'autor, l'actitud cultural no s'assoleix mirant un objecte cultural, sinó mirant un objecte "culturalment". Per això, l'objecte de la mirada turística no és tant important com l'actitud turística. L'element diferenciador és la capacitat de llegir, d'interpretar el codi cultural de l'espai visitat.
- Turisme monumental (o de la cultura). Es aquest cas la condició cultural l'atorga l'element i no l'actitud.

- Turisme del patrimoni (*heritage tourism*). Defineix un turisme que evoca el passat. El patrimoni és heretat dels avantpassats, hi trobem una connotació temporal, una peça que ha viatjat durant el temps fins els nostres dies. L'individu observa elements amb un sentit identitari.
- Turisme etnològic (o de les cultures). L'interès està a apropar-se a les diferents manifestacions de la cultura local, tant materials com immaterials: rituals, manifestacions festives, tècniques artesanals, gastronomia, etc.
- La cultura *turistificada*. La mercantilització de la cultura. El turisme cultural és la conservació de la cultura en mercaderia.
- El viatge extraordinari. Aquí turisme i cultura comparteixen un element comú: l'experiència fora de la quotidianitat. Dos camins per arribar a un mateix punt: la veneració per l'objecte sagrat, el fet de transcendir la quotidianitat, la connotació simbòlica, l'experiència estètica, etc. El valor no està en el monument o en l'escena sinó en tot el seu simbolisme.

Totes aquestes definicions i propostes de millora d'altres definicions ens porta a exposar que el concepte de turisme cultural ha anat canviant en el temps i en l'espai, el qual pot admetre diversos paràmetres. És, doncs, una construcció subjectiva amb base social. Mckercher i Du Cros (2002), citats per l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (2009), al respondre a la pregunta "què és el turisme cultural?" afirmaren que "a la pràctica és molt difícil respondre a una pregunta tant senzilla, ja que, existeixen tantes definicions de turisme cultural com turistes culturals". Però existeix el concepte de turisme cultural o, com bé diu Greg Richards (2008), la cultura està impregnada en totes les formes de turisme?

La mera naturalesa d'aquests dos conceptes és el que els fa diferents. La cultura és, per definició, una activitat social, una apel·lació a l'àmbit immaterial de l'ésser humà. El turisme és una activitat depredadora de territori i recursos, amb una clara base d'obtenció de riquesa per part de la destinació receptora. Aquest últim, el turisme, neix juntament amb el concepte d'oci i d'evasió del no-oci, el treball. La persona que practica turisme és algú aliè a la destinació, que hi porta a terme una estada efímera, limitada en el temps i l'espai (Vidal, 2005; Donaire, 2008). Durant molts anys, amb les pràctiques de turisme *fordista*, es veia al turista com a una persona que no es relacionava amb la cultura del lloc, un foraster viatger. Amb això, un dels errors des de les administracions locals front el fenomen turístic va ser, i encara és, la creació de productes culturals diferents per a la població local i per a la turística, la recreació o teatralització de la cultura autèntica, el que ha desencadenat la banalització del patrimoni.

Malgrat això, el turista d'avui, *postfordista*, sap que l'espai turístic està pensat i ideat per a ell. L'autenticitat en turisme cultural és quelcom buscat per turistes i visitants. Aquest concepte es pot relacionar amb el dualisme estudiat per MacCannell (1973) on l'autor diferenciava entre l'espai *front* (escenari de rebuda dels visitants a una ciutat turística) i l'espai *back* (espai on viuen els residents). Cada cop més, els turistes volen conèixer l'espai *back*, ja que saben que l'activitat turística és quelcom creat per a ells però saben que hi ha un rerefons quotidià i amb identitat, el qual crida l'atenció de ser visitat. La cultura, amb totes les seves formes, caracteritza el *back* d'una societat, és un recurs valorat que dóna peculiaritat als escenaris turístics.

Turísticament parlant, el patrimoni cultural es troba als escenaris de les destinacions com a reclam per als visitants. El turista és consumidor de territori i de tot el que aquest espai engloba, la cultura també hi és. La cultura és consumida per a visitants i turistes a través de les noves formes de turisme cultural (turisme gastronòmic, turisme religiós, turisme espiritual, turisme creatiu, etc.), i el turisme és, cada vegada més, devorador d'espais més autèntics. A l'espai *back* (Dean MacCannell, 1973), on hi viuen els residents, és cada cop més freqüent trobar turistes i visitants estrangers. Aquests busquen viure la seva experiència més autèntica, consumir patrimoni cultural "real" i no aquell que se li ha estat ofert a un espai creat per a ell, l'espai turístic.

El patrimoni cultural ha vinculat les societats, receptora i emissora, transformant-lo en un recurs dinàmic per a la pràctica turística. Amb tot, no podem oblidar que quan algun recurs és promogut turísticament pot debilitar les seves qualitats originals. La relació entre població local i turistes ha de ser recíproca. Uns visiten el que altres són o tenen. En cap dels casos s'hauria de perdre el valor de l'objecte visitat. És per aquest motiu que organitzacions i institucions locals i internacionals lluiten per a mantenir vius aspectes culturals de la societat. Tradicions, espais naturals, mètodes culinaris, llengües, ambients, monuments, tombes funeràries, obres d'art, obres de la ciència i la tècnica. Tots aquests recursos i molts més són característics d'una comunitat i, en molts casos, reclam per a visites turístiques. Molts autors i institucions (Iniesta i González, 1991; ICOMOS, 1976) han defensat que la vinculació entre turisme cultural i patrimoni radica en què el turisme és presentat com una activitat que possibilita la difusió, l'accés i el coneixement dels elements valoritzats com a patrimoni.

Si sabem que el patrimoni cultural de les societats és una bona arma d'identitat i imatge de marca per la seva singularitat, fet que ha donat lloc a noves formes culturals de turisme, el mínim que es pot fer és divulgar, preservar i gaudir de manera sostenible aquest patrimoni

únic. La base d'aquest propòsit es basa en el foment i la sensibilització de la societat vers l'autenticitat que caracteritza els espais turístics, com venim dient, amb un ric valor patrimonial. El patrimoni com a recurs turístic pot presentar-se, segons Prats (1997), a una triple casuística:

- El patrimoni pot constituir-se com un producte turístic *per se*, capaç d'integrar juntament amb l'oferta hotelera bàsica, un motiu de compra autònom.
- El patrimoni pot presentar-se associat a un producte turístic integrat (un paquet), com serien els viatges organitzats on el patrimoni es combina amb altres atractius lúdics.
- El patrimoni pot constituir-se en un valor afegit per a destinacions turístiques que no tenen el patrimoni com a principal atractiu, com a motiu de compra bàsic. Són destins característics de muntanya, inclús urbans o de grans itineraris, en torn els quals es produeixen activacions patrimonials (petits o grans museus, ecomuseus, senyalització i adequació de monuments i altres instal·lacions, parcs naturals o arqueològics, entre altres) ja sigui per augmentar l'atractiu de la destinació o per a diversificar la seva oferta.

3.3 Turisme cultural i sostenibilitat

Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentren tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.

Codi Ètic Mundial per al Turisme, OMT (1997)

L'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural de la Generalitat de Catalunya (2009) assenyala que el turisme cultural és un gran contenidor d'activitats tant diverses com la visita a un museu, el passeig pel centre històric d'una ciutat, el contacte amb una tribu de l'Amazònia, l'assistència a un espectacle de roc contemporani o el fet de degustar un plat típic de cuina local. L'institució resumeix aquestes experiències en quatre grups:

- Contacte i/o interès pel patrimoni material (monuments, museus i llocs d'interès històric i artístic) present i passat.
- Contacte actiu i/o passiu amb el patrimoni immaterial present i passat (festivals, rituals, artesanía, gastronomia, vida quotidiana...) del lloc visitat.
- Consum de l'anomenada cultura de masses o cultura del lleure (teatre, dansa, concerts, festivals, espectacles...) en el lloc de visita.
- Tenir una actitud cultural. El turisme cultural és també o pot ser també una actitud que es dona quan el turista mira "culturalment" un objecte, espai, element... En

aquest cas, no és important l'objecte en sí sinó la manera com es mira (la capacitat de llegir, interpretar, entendre, desxifrar l'element).

Per la seva banda, la Carta Internacional sobre Turisme Cultural (ICOMOS, 1999) exposa la gran heterogeneïtat d'elements que engloba el concepte de patrimoni dins la pràctica de turisme cultural. Descriu que engloba paisatges, llocs històrics, emplaçaments i entorns construïts, així com la biodiversitat, els grups d'objectes diversos, les tradicions passades i presents, i els coneixements i experiències vitals. Al mateix temps, registra i expressa llargs processos d'evolució històrica, constituint l'essència de moltes i diverses identitats nacionals, regionals, locals, indígenes i és part integrant de la vida moderna. La Carta preveu que el turisme serà cada cop més apreciat com una força positiva per a la conservació de la natura i la cultura, i tant és així, que d'aquesta carta en sorgeixen 6 principis a seguir per part dels diferents agents que engloben la indústria turística:

- Des de que el turisme internacional i nacional s'ha convertit en un dels més importants vehicles per a l'intercanvi cultural, la seva conservació hauria de proporcionar oportunitats responsables i ben gestionades als integrants de la comunitat receptora, així com proporcionar als visitants l'experimentació i comprensió immediata de la cultura i el patrimoni d'aquesta comunitat.
- La relació entre els indrets patrimonials i el turisme és una relació dinàmica i pot implicar valoracions diferents. Aquesta relació hauria de ser gestionada de manera sostenible per a les generacions actuals i futures.
- La planificació de la conservació i del turisme en indrets patrimonials hauria de garantir que l'experiència del visitant mereixi la pena i li sigui satisfactòria i agradable.
- Les comunitats amfitriones i els pobles indígenes hauran d'involucrar-se en la planificació de la conservació del patrimoni i en la planificació del turisme.
- Les activitats turístiques i la conservació del patrimoni haurien de beneficiar les comunitats amfitriones.
- Els programes de promoció turística haurien de protegir i enaltir les característiques del patrimoni natural i cultural.

Molt important és també la reflexió que fa la Carta on admet que un dels objectius de la gestió del patrimoni rau en la comunicació del seu significat, és a dir, la facilitació de l'accés físic i intel·lectual dels residents i dels visitants. El turisme és essencialment una oportunitat per exercir el dret universal a l'accés a la cultura (Donaire, 2008).

En la *Convenció sobre la protecció del patrimoni mundial, cultural i natural* (1972), la UNESCO exposa, entre d'altres recomanacions, que els estats han de procurar, dins les seves possibilitats, adoptar mesures jurídiques, tècniques, científiques, administratives i financeres per a identificar, protegir, conservar, revaloritzar i rehabilitar el patrimoni. Aquest enunciat té com a causa el coneixement, per part de l'organització, de que el deteriorament o la desaparició d'un bé de patrimoni cultural o natural constitueix un empobriment nefast del patrimoni de tots els pobles del món.

Referent a la sostenibilitat en turisme, l'Organització Mundial del Turisme (OMT, 2004) defineix turisme sostenible com aquell turisme que té plenament en compte les repercussions actuals i futures, econòmiques, socials i mediambientals per a satisfer les necessitats dels visitants, de la indústria, de l'entorn i de les comunitats amfitriones. Per tant, segons l'organització el turisme sostenible ha de:

- Donar un ús òptim als recursos mediambientals, que són un element fonamental del desenvolupament turístic, mantenint els processos ecològics i ajudant a conservar els recursos naturals i la diversitat biològica.
- Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones, conservar els seus actius culturals i arquitectònics i els seus valors tradicionals, i contribuir a la comprensió i la tolerància entre cultures.
- Assegurar unes activitats econòmiques viables a llarg termini, que reportin a tots els agents, uns beneficis socioeconòmics ben distribuïts, entre els quals es trobin oportunitats de feina estable i obtenció d'ingressos i serveis socials per a les comunitats amfitriones, i que contribueixin a reduir la pobresa.
- Assegurar un procés continu en el temps i requerir un seguiment constant de les seves incidències, per a introduir les mesures preventives o correctives necessàries.
- Reportar un alt grau de satisfacció als turistes i representar per a ells una experiència significativa, que els faci més conscients dels problemes de la sostenibilitat i fomenti entre ells unes pràctiques turístiques sostenibles.

La Federació EUROPARC (1987), al seu torn, defineix turisme sostenible com qualsevol forma de desenvolupament, equipament o activitat turística que respecti els recursos naturals, culturals i socials, i que contribueixi de manera positiva i equitativa al desenvolupament econòmic i a la plenitud dels individus que viuen, treballen o realitzen una estada als espais protegits. Aquesta és doncs una definició més ampliada pel que fa al comportament del

turisme en espais naturals protegits i que, a més, té en compte la qualitat de vida dels habitants de la regió protegida. La Federació EUROPARC (1993) afegeix a la seva definició que totes les formes de desenvolupament turístic, gestió i activitat que mantenen la integritat ambiental, social i econòmica, així com el benestar dels recursos naturals i culturals perpètuament, seran considerats turisme sostenible.

La Carta de Turisme Sostenible de Lanzarote (1995) posa de manifest alguns dels principis que el turisme sostenible ha de complir: ser suportable ecològicament a llarg termini, viable econòmicament i equitatiu, des d'una perspectiva ètica i social, amb les comunitats locals. A més, haurà de contribuir al desenvolupament sostenible, integrant-se en l'entorn natural, cultural i humà, així com reconèixer les tradicions de les comunitats locals i conservar, protegir i valorar el patrimoni natural i cultural. La Carta de Lanzarote afirma que la qualitat ha de ser un objectiu prioritari en turisme sostenible i que cal que s'integri i contribueixi positivament al desenvolupament econòmic local. A la vegada, també ha de millorar la qualitat de vida de la població i, és fonamental que tots els sectors implicats impulsin la creació de xarxes obertes a la investigació i difusió de coneixements útils en matèria de turisme sostenible.

Aquesta definició es relaciona amb el concepte de desenvolupament sostenible, que es defineix com aquell que aconsegueix satisfer les necessitats actuals sense comprometre les possibilitats de les generacions futures (Informe Brundtland – El nostre futur comú, 1987).

EUROPARC Espanya (2010) assegura que el turisme sostenible no és una modalitat de turisme, sinó una forma de gestionar qualsevol tipus de turisme. El turisme sostenible és econòmicament viable, ecològicament compatible i socialment acceptable. Un turisme mal gestionat en un espai natural protegit pot generar massificacions que provoquin una pèrdua d'atractiu de la destinació per a una demanda, cada cop més exigent. La Carta, a més, declara que la possibilitat que l'activitat turística generi impactes negatius als espais naturals protegits és major que en qualsevol altre territori, precisament perquè es desenvolupa en espais d'alt valor ecològic, ben conservats i fràgils respecte les activitats de l'home.

L'Observatori de Turisme, de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya (2010), considera que el turisme sostenible és aquell que compta amb una visió ambiental (explota els recursos turístics de manera que perdurin i es puguin aprofitar igualment en el futur), una visió cultural (considera el patrimoni natural i cultural i com a atractius turístics que cal conservar) i una visió socioeconòmica (ja que vetlla per una distribució adequada dels beneficis turístics dins de la comunitat d'acollida i evita les repercussions negatives que l'activitat podria representar per a la població autòctona).

La Unió Europea (2007), citat per la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya (2010), destaca fer front als vuit principals reptes que planteja el turisme sostenible: reduir el caràcter estacional de la demanda, treballar l'impacte del transport turístic, millorar la qualitat dels llocs de treball turístics, millorar la qualitat de vida de la població local, minimitzar els residus i la utilització dels recursos, conservar el patrimoni natural i cultural, oferir vacances per a tothom i veure el turisme com a incentiu pel desenvolupament sostenible.

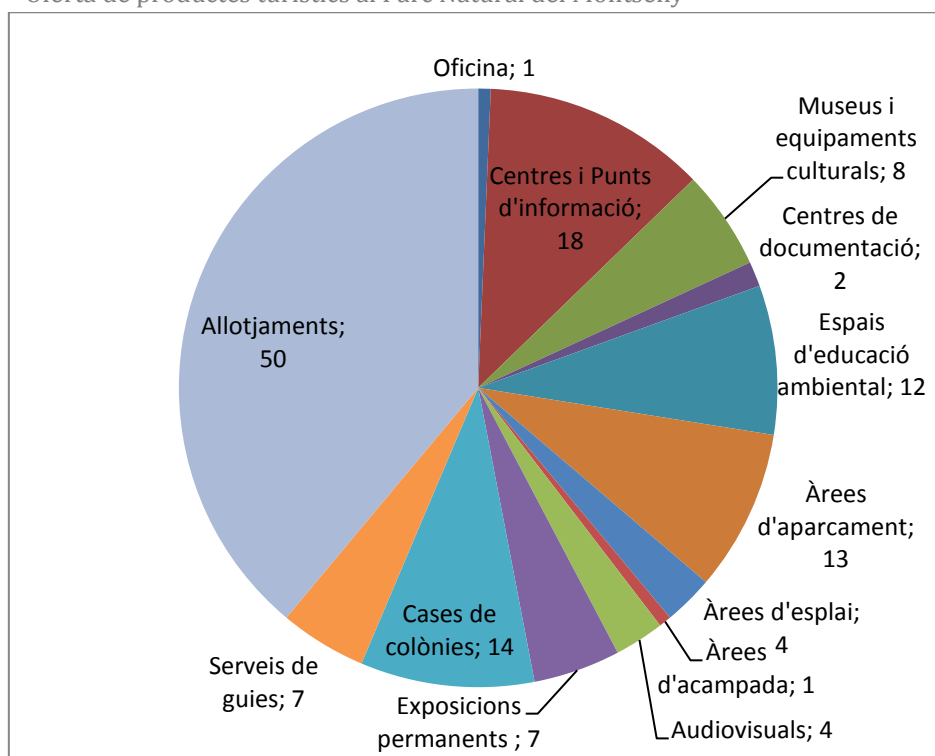
Relacionat amb el concepte de turisme cultural i, més encara, amb el patrimoni, el Codi Ètic Mundial per al Turisme de la OMT (1997) fa una crida perquè el sector turístic col·labori estretament amb els agents de la comunitat en la protecció i preservació dels recursos del patrimoni natural i cultural, per tal de garantir un futur sostenible tant dels recursos com de l'activitat turística.

4. ANÀLISI

4.1 Introducció

En aquest apartat d'anàlisi s'han recollit els criteris relacionats amb el concepte de patrimoni cultural de les certificacions i programes de bones pràctiques escollits. Aquests criteris, com veurem, giren entorn a diferents productes relacionats amb l'allotjament, la restauració i activitats turístiques complementàries. S'ha cregut necessari, però, fer una recollida de la tipologia de productes i serveis que el Parc Natural del Montseny ofereix. D'entre els 141 equipaments (sense incloure establiments de restauració), el següent gràfic ens mostra que la majoria de l'oferta gira entorn a productes relacionats amb l'allotjament (58 empreses - 39%), seguit dels centres i punts d'informació (18 empreses - 12%). Per darrere d'aquests trobem les cases de colònies(14 empreses - 9%), les àrees d'aparcament (13 espais - 9%), els espais d'educació ambiental (12 espais - 8%), els museus i equipaments culturals (8 espais - 5%), els serveis de guies (7 empreses - 5%) i les exposicions permanents (7 exposicions - 5%). En menys pes al gràfic trobem les àrees d'esplai (4 espais - 3%), els audiovisuals (4 audiovisuals - 3%), els centres de documentació (2 centres - 1%), les àrees d'acampada (1 àrea - 0.5%) i l'oficina tècnica del Parc (1 oficina - 0.5%). El nombre de restaurants no s'ha contemplat ja que no figura un llistat complet dins les fonts consultades (Diputació de Barcelona - Xarxa de Parcs Naturals).

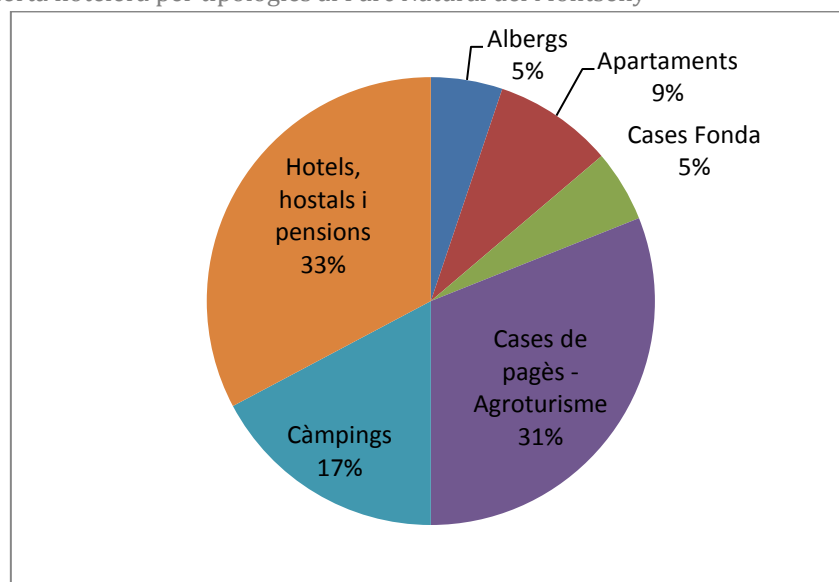
Gràfic 1 - Oferta de productes turístics al Parc Natural del Montseny



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació de la Diputació de Barcelona - Xarxa de Parcs Naturals (2013).

Com que el pes de l'oferta d'allotjament disposa d'un alt percentatge en el total de l'oferta turística al Parc, el següent gràfic ens mostra les diferents tipologies d'empreses d'allotjament que s'hi poden trobar. De les 58 empreses, la majoria són hotels, hostals i pensions (19 empreses) i cases de pagès – agroturisme (18 empreses). El Parc disposa també de 10 càmpings, 5 empreses d'apartaments turístics, 3 empreses d'albergs i 3 cases fonda.

Gràfic 2 – Oferta hotelera per tipologies al Parc Natural del Montseny



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació de la Diputació de Barcelona – Xarxa de Parcs Naturals (2013).

A més, cal destacar que el Parc compta amb nombrosos testimonis del llegat passat de les diferents civilitzacions humanes que han ocupat aquest territori. Les primeres proves de poblament al Parc daten del Paleolític, segons demostren descobriments de la riera de Breda, El Congost, El Brull, El Montseny i Sant Marçal. També hi ha megalítics de l'època neolítica a la Serra de l'Arca i a les Pinedes, entre d'altres. Del període ibèric destaquen les Muralles del Turó del Montgròs, el jaciment arqueològic prehistòric més important del massís i diversos assentaments fortificats. Del període romà daten construccions com la Vila romana de Can Tarrés a la Garriga i altres a les zones més planes, seguint la Via Augusta i la Via Ausa. L'edat Mitjana està ben representada a través de mostres romàniques d'arquitectura religiosa, amb més d'una dotzena de petits temples de muntanya. Són importants també les restes d'edificacions de caràcter militar, com els castells. El de Montsoriu és l'exemple més important de l'arquitectura militar gòtica del país, segles X – XIV, però també destaquen els de Montclús, de Fluvià, de El Brull i de Cruïlles. El massís també compta amb nombroses manifestacions populars com festes, balls i fires que avui dia es viuen intensament (Guía de Reservas de la Biosfera Españolas, 2011).

4.2 El patrimoni cultural entre els criteris de sostenibilitat

L'apartat teòric d'aquest estudi ens ha demostrat que el patrimoni cultural és un dels recursos més ben considerats per expressar la identitat pròpia de diverses comunitats. En turisme ens trobem, com en altres sectors econòmics, amb diverses certificacions i programes de bones pràctiques referents a l'aplicació del concepte de sostenibilitat. Aquests es cenyeixen a uns criteris prèviament establerts, els quals han de servir per a poder jutjar la veracitat d'un comportament respectuós de diferents pràctiques turístiques que s'estan o s'han portat a terme.

En aquest apartat analitzem els criteris que fan referència al concepte de patrimoni i, més concretament, al patrimoni cultural dins les certificacions i manuals estudiats. Aquest apartat ens ha de servir per conèixer quins són els atributs i requeriments que engloba aquest concepte.

Com veurem en els manuals i certificacions següents, tots, alguns més que d'altres, compten en un apartat, explícit o implícit, que fa referència al concepte patrimoni cultural. Aquest fet ja ens demostra que l'àmbit patrimonial i cultural és quelcom important i que mereix una consideració especial per al desenvolupament sostenible de la pràctica turística.

Prats (2011) exposa que el patrimoni està present, pràcticament sempre, en els escenaris (tant tangibles com intangibles), el qual serà la matèria principal de la promoció turística cultural. Per aquest motiu, és evident que institucions i organitzacions tenen interès en posar de manifest criteris per a la sostenibilitat del patrimoni, cultural i natural, als escenaris turístics.

Els criteris que seguidament exposarem provenen de sis certificacions o manuals diferents els quals certifiquen o exposen bones recomanacions a diferents agents del sistema turístic. Vegem en la següent taula quins són els agents a qui van dirigits cadascuna de les certificacions i manuals estudiats:

Taula 3 – Agents involucrats en les certificacions i manuals de bones pràctiques estudiats

RESERVAS DE LA BIOSFERA
Òrgan gestor RB
Empreses allotjament
Indústries agroalimentàries
Botigues especialitzades
Restaurants
Empreses activitats complementàries
BIOSPHERE
Empreses allotjament
Restaurants

Càmpings
Centres de visitants
Museus
Act. Turisme actiu
Golf
Parc temàtics
Rutes turístiques
Destinacions*
GREEN GLOBE
Hotels i Resorts
Restaurants
Spas i centres de salut
Parcs d'atraccions
Creuers
Centres de Convencions i negocis
Golf
Empreses d'organització d'esdeveniments
Transports
Indústries de viatges
PAN PARKS
Espais naturals protegits i empreses turístiques associades amb els parcs
CASONAS ASTURIANAS
Hotels rurals
CERES
Empreses d'allotjament rural

Font: Reservas de la Biosfera Eosañolas, Certificació Biosphere, Green Globe, Pan Parks, Casonas Asturianas i Proyecto Ceres. * Per motius burocràtics els criteris relacionats amb el producte Destinacions de la Certificació Biosphere no es transmeten al públic en general, per tant, no han estan estudiats.

No tots els productes a què fan referència les certificacions o manuals estudiats són oferts al Parc Natural del Montseny. Malgrat això sí que hi ha nombrosos productes com les empreses d'allotjament, les rutes turístiques, les empreses de restauració o els equipaments culturals que hem vist que tenen un pes important dins el ventall de productes oferts al Parc.

4.2.1 Club Producto Reservas de la Biosfera

El Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera a España és una iniciativa de Turespaña per a establir una metodologia que generi un producte turístic diferenciat per la seva ubicació a la Xarxa de Reserves de la Biosfera Espanyoles, on és possible conèixer i gaudir del patrimoni natural. El mètode és únic i comú per a la Xarxa de Reserves de la Biosfera Espanyoles.

Es tracta d'un segell territorial reconegut a nivell internacional, però que s'implanta a nivell local. No és un reglament o un procés de regulació, sinó que es basa en un sistema d'acords voluntaris, pel qual s'estableixen uns compromisos que han de complir



els membres del club. Turespaña assegura l'articulació de productes turístics diferenciats per la seva contribució al desenvolupament sostenible, a l'establir uns requisits d'obligat compliment per a les empreses i gestors de les Reserves de la Biosfera.

El terme Reserva de la Biosfera té el seu origen en el programa MaB (Man and Biosphere) de la UNESCO que va sorgir l'any 1971 com a instrument per a posar en marxa un programa d'investigació sobre l'home i la biosfera de caràcter interdisciplinari, on es va establir per primera vegada que l'ús dels recursos i la seva conservació havien d'anar units, com a base del desenvolupament sostenible.

El Producto Turístico Reservas de la Biosfera és una experiència turística singular i diferenciada que facilita una lectura sensorial de les relacions entre l'home i els paisatges de la Reserva, amb elements tangibles i intangibles. Va dirigit a captar turistes interessats en conèixer i gaudir de paisatges ben conservats, on l'home ha estat protagonista en el seva creació i conservació, mitjançant serveis turístics bàsics i complementaris. El producte es compon de:

- Patrimoni natural i cultural millor conservat i amb major nivell de gestió activa i més singular de cada Reserva de la Biosfera.
- Els millors equipaments d'ús públic (centres de recepció, camins, miradors, museus temàtics).
- L'oferta turística privada seleccionada (allotjament, restauració, comerços, activitats).
- Els serveis guiats per a interpretar el patrimoni recolzant-se en equipaments i en la població local que mostri les seves activitats.

Els components del Club Producte Turístic Reserves de la Biosfera són: reserves de la Biosfera amb gestió activa, establiments turístics d'allotjament i restauració, empreses d'activitats, equipaments i serveis d'ús públic de la Reserva de la Biosfera, comerços o botigues de productes locals agroalimentaris, artesans, productors primaris (agricultors, ramaders, forestals), empreses de tecnologies ambientals, projectes o activitats d'investigació o seguiments o restauració ambiental, festes d'interès turístics i altres equipaments o llocs que mostrin la relació home – paisatge.

El Club Producte Turístic Reserves de la Biosfera (2009) ha realitzat una distinció dels atributs que caracteritzen el producte en el seu conjunt i el diferencien d'altres productes, així com també un seguit de requisits que han de complir cadascun dels elements per a pertànyer al Club.

- Singularitat: Els recursos en els quals es basi el producte turístic seran singulars i il·lustratius del patrimoni de la Reserva de la Biosfera, i significatius en relació amb la imatge de la seva identitat, a la vegada, podran proporcionar una vivència i una experiència particular als usuaris.
- Especialització i Diferenciació: El producte ha de ser diferent d'altres productes al facilitar una experiència lúdica i interpretativa basada en comunicar emocions i l'essència de la Reserva de la Biosfera.
- Il·lustrar la relació de l'home amb els recursos naturals i culturals: El producte utilitzarà la interpretació del patrimoni com una eina de comunicació integrada en el producte. Cal que ofereixi una experiència turística basada en comunicar la relació entre l'home i el paisatge de la Reserva a través de serveis turístics concrets que conformin una part important del producte turístic.
- Contribuir al desenvolupament econòmic de la població de la Reserva: Participant d'aquesta manera amb la finalitat de desenvolupament de la Reserva i reforçant-la.
- Adequar-se al tipus de productes i productors existents en cada Reserva: Cada Reserva oferirà les modalitats turístiques del producte a partir de les empreses turístiques disponibles en el seu territori.
- L'eix per a definir el producte ha de ser la Reserva de la Biosfera, el seu patrimoni i la seva gestió: Incorporant les necessàries aportacions de diferents serveis i productors turístics i altres empreses locals per a proporcionar una unitat coherent que pugui ser consumida com una experiència completa.

- Adequació del contingut informatiu i interpretatiu al tipus de consumidor previst: Es podrà oferir diferents nivells de profunditat respecte a la interpretació que es faci dels recursos, ajustant-los a les necessitats i preferències de la demanda.
- Tenir en compte les tendències de la demanda: El disseny del producte té present la demanda turística i la demanda de sectors específics no massius, però que suposen un mercat interessant a l'escala de l'economia local.
- La durada dels productes ha de ser adequada a les característiques d'aquests i de la demanda: Han de permetre apreciar el contingut que s'han tingut en compte alhora de dissenyar el producte.
- El procés de creació del producte ha de proposar les modalitats de consum del producte més idònies: TTOO, webs, guies, catàlegs, etc.
- S'establiran requisits d'adhesió al Club que garanteixin la qualitat, sostenibilitat i la relació de l'empresa amb la Reserva de la Biosfera.
- El producte Reservas de la Biosfera pretén garantir un producte turístic que proporciona vivències a un turista i que contribueix al desenvolupament local sostenible.
- Aprovació i recolzament de l'òrgan gestor de cada Reserva de la Biosfera: el producte serà aprovat i recolzat per cada entitat gestora de la Reserva mitjançant un document escrit que acrediti l'aprovació.
- El Producto Turístico Reservas de la Biosfera només es posarà en funcionament en aquelles Reserves que manifestin la seva disposició a executar el procés i que comptin amb personal tècnic suficient per a portar-ho a terme.

Pel que fa als criteris relacionats amb el patrimoni cultural, el Club defineix els següents:

Taula 4 – Criteris per al Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera relacionats amb el patrimoni cultural

EMPRESA	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Reserva de la Biosfera	Disposar d'un pla d'acció o instrument similar	X	
	Procediment de comunicació amb la població i empresaris del Club: Base de dades d'empreses participants	X	
	Equipaments d'ús públic mínims: 1 centre de recepció amb punt d'informació	X	
	Senyalització bàsica dins la RB	X	
	Publicacions: material bàsic informatiu sobre la RB (mapa, fulletó, itineraris, fulletó guiat)	X	

Empreses d'allotjament	El personal ha de rebre formació contínua i adequada sobre turisme a la zona		X
	Si a l'edifici hi ha elements decoratius, aquests han d'estar relacionats amb la RB		X
	L'edifici s'adapta a l'arquitectura popular de la RB		X
	Si hi ha un espai comú per a informar-se sobre la RB, aquest és apte per a la lectura i ofereix servei de biblioteca i vídeos relacionats amb la RB		X
	Dóna informació sobre la RB als clients i sobre la comarca, el seu patrimoni i la seva oferta	X	
	El personal està format en temes sobre les característiques de la RB		X
	Compra productes locals per a l'abastiment de l'establiment	X	
	Dóna informació sobre productes locals de la RB als clients	X	
	Contribueix a projectes de restauració i conservació dins la RB		X
Indústries agroalimentàries	Existeixen elements decoratius relacionats amb la RB		X
	Hi ha un espai específic per a activitats relacionades amb la degustació, tast o cursos propis de la zona		X
	El personal està format en temes sobre els característiques de la RB		X
Botigues especialitzades	La decoració de l'establiment és adequada, homogènia i cuidada i té relació amb elements propis de la RB		X
	El personal té un nivell de formació sobre la RB i altres recursos de la zona		X
	Ofereix tasts als seus clients	X	
	Facilita informació sobre els productes que ven: origen, recomanacions de conservació, gastronomia associada, singularitat...		X
Restaurants	La decoració de l'establiment és adequada, homogènia i relacionada amb la RB		X
	El personal disposa de formació i coneixements específics sobre la RB		X
	La carta inclou productes locals, menú RB amb productes km zero	X	
	Inclou receptes de gastronomia		X

	tradicional	
	Es facilita informació verbal al client sobre els plats i les receptes	X
	Disposa de material informatiu que facilita als clients sobre visites o activitats relacionades amb la RB	X
	Existeixen elements decoratius relacionats amb la RB	X
	L'edifici s'adapta a l'arquitectura popular	X
Empreses d'activitats complementàries	Ofereix part de les seves activitats relacionades amb la descoberta de la RB	X
	Si compta amb infraestructura, els elements decoratius han de relacionar-se amb la RB	X
	Dóna informació sobre la RB als clients	X
	El personal disposa de formació i coneixements específics sobre la RB	X
	Contribueix a projectes de restauració i conservació dins la RB	X

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas.

4.2.2 Instituto de Turismo Responsable (ITR) i Certificació Biosphere

L'entitat Instituto de Turismo Responsable (ITR) neix amb l'impuls de la UNESCO, un cop celebrada la Conferència Mundial de Turisme Sostenible (1995), com un instrument de desenvolupament de la Carta Mundial de Turisme Sostenible. L'Institut és membre afiliat de l'Organització Mundial del Turisme i va ser fundat pel *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC).



L'Institut de Turismo Responsable ha dissenyat un conjunt d'estàndards per a l'obtenció de la certificació BIOSPHERE, els quals compleixen amb els pilars dels criteris globals establerts pel GSTC. BIOSPHERE és una certificació internacional i voluntària, basada en els principis de desenvolupament sostenible, amb criteris i requisits concrets que engloben les tres esferes de la sostenibilitat, és a dir, les variables ambientals, culturals i socials del desenvolupament.

La certificació BIOSPHERE reconeix i certifica empreses, destins, productes i establiments turístics que han fet del turisme sostenible l'eix central de les seves activitats i, per tant, són exemples de sostenibilitat en el sector turístic a nivell mundial.

Els requisits de la certificació s'adapten a cada tipologia de destinació, producte o empresa, però el seu contingut és sempre el següent:

- Política de Turisme Responsable: assimilació del compromís i implantació de les eines necessàries: pla d'acció, control dels requisits legals, indicadors, formació i accions correctives.
- Conservació i millora del Patrimoni Cultural: integració a la realitat cultural, conservació i conscienciació.
- Desenvolupament Econòmic i Social: contribució al desenvolupament i responsabilitat social.
- Satisfacció i Implicació del Client: qualitat, seguretat, accessibilitat i coneixement.

Els beneficis que es pretenen assolir amb aquesta certificació són la preservació i correcta gestió dels valors naturals i paisatgístics, la protecció del patrimoni i diversitat cultural, la

millora de la qualitat de vida de la comunitat local, l'augment de l'eficiència en temes com l'energia, l'aigua, les emissions, els residus o els consums, la maximització de l'experiència turística dels visitants, l'augment de la qualitat turística i l'augment de la confiança del visitant potencial.

La certificació BIOSPHERE compta amb diferents certificacions per a diversos productes turístics, que, com veurem a continuació disposa d'un capítol dedicat a la "Conservació i millora del patrimoni cultural". Per a l'Institut de Turisme Responsable (2013) la diversitat cultural és, per als humans, tant necessària com la diversitat biològica per als organismes vius. Els recursos culturals constitueixen el record històric d'una comunitat, així com l'expressió del seu saber artístic, ètic i religiós. Així doncs, el factor cultural d'un destí constitueix la seva pròpia identitat, motiu pel qual ha de ser conservat en benefici a les generacions presents i futures.

Els criteris que destaca aquest Institut i, per tant, la certificació Biosphere, acredita a: hotels, restaurants, càmpings, centres de visitants, museus i activitats de turisme actiu, empreses de golf i parcs temàtics, l'últim apartat (punt 4) pertany només a rutes turístiques (els criteris per a les destinacions no han estat cedits en aquest treball per part de ITR):

Taula 5 – Criteris per a la Certificació Biosphere relacionats amb el patrimoni cultural

1. INTEGRACIÓ A LA REALITAT CULTURAL DEL DESTÍ
<ul style="list-style-type: none"> a. L'establiment haurà de respectar els criteris d'ordenació o zonificació local, així com els requisits aplicables a les zones protegides o de valor cultural. b. L'establiment haurà de respectar les tipologies arquitectòniques locals en el disseny i construcció de les seves instal·lacions. c. L'establiment haurà d'incorporar en la mesura que sigui possible elements de decoració interior propis de la cultura i artesanía de la zona.
2. PARTICIPACIÓ EN LA CONSERVACIÓ DELS RECURSOS CULTURALS
<ul style="list-style-type: none"> a. Caldrà fomentar i protegir els recursos culturals locals, tangibles i intangibles, col·laborant en la seva conservació i pervivència amb les autoritats locals o associacions. b. No es vendran elements de valor arqueològic o històric, i aquests només seran exposats sota determinades garanties de protecció i compliment dels requisits legals aplicables. c. Es garanteix el respecte i protecció de la propietat intel·lectual de les comunitats locals. d. No s'impedeix l'accés de residents locals als elements de valor patrimonial, històric o arqueològic de què es disposi.
3. FOMENT DEL CONEIXEMENT PER PART DELS VISITANTS
<ul style="list-style-type: none"> a. Els establiments que ofereixin servei de restaurant o bufet amb aliments preparats a les pròpies cuines, hauran d'incloure la gastronomia local en la seva oferta. Si l'establiment compta amb restaurant atès, els cambrers hauran de ser coneixedors de la gastronomia local, i recomanar vins i plats locals disponibles al menú.

- b. Si l'establiment ofereix programes d'animació, hauran d'oferir-se activitats relacionades amb els recursos culturals del destí.
- c. Si l'establiment compta amb botigues de souvenirs, mercats, etc haurà de garantir la venda de productes locals en aquests.
- d. L'establiment haurà d'oferir informació completa i actualitzada sobre els principals recursos culturals de la zona, donant dades sobre horaris de visita, etc.
- e. L'establiment haurà de suposar una font de transmissió dels valors culturals locals per al visitant

4. RUTES TURÍSTIQUES

- a. Les instal·lacions i elements físics que la ruta compregui hauran de respectar les tipologies arquitectòniques i estètiques locals.
- b. El gestor de la ruta haurà de potenciar el patrimoni cultural existent al llarg del trajecte, afavorint la seva conservació i fomentant la seva posada en valor per als visitants.
- c. Cal aportar al visitant la informació suficient per a què així pugui conèixer i valorar els recursos culturals tangibles i intangibles de la ruta, així com bones pràctiques de respecte i conservació.
- d. Cal incentivar la màxima integració cultural del visitant, aportant informació sobre costums i trets culturals locals existents.

Font: Instituto de Turismo Responsable

4.2.3 Green Globe



Green Globe és una de les principals certificacions mundials per a la indústria turística, fundada l'any 1993. Green Globe és membre afiliat de l'Organització Mundial del Turisme (OMT). Green Globe atorga certificacions a diferents categories com: hotels, resorts, atraccions, empreses, transports, organitzacions, restaurants, camps de golf, operadors turístics i destins.

El programa de Green Globe té els seus orígens en la Cimera de la Terra de les Nacions Unides de Rio de Janeiro l'any 1992, on 182 líders d'estat aprovaren els principis del desenvolupament sostenible de l'Agenda 21. Els seus membres contribueixen en l'estalvi de recursos com l'aigua, l'energia, la reducció de costos operatius, contribueixen a les comunitats locals i a l'entorn i compleixen altes expectatives en els viatges sostenibles de turisme i negocis.

Les indústries que poden ser certificades per Green Globe són: parcs d'atraccions, negocis, centres de convencions, creuers, camps de golf, hotels i resorts, empreses d'organització d'esdeveniments, restaurants, spas i centres de salut, transports i indústries de viatges (tour operadors, empreses de gestió de destins).

La normativa de la certificació Green Globe és una avaluació estructurada del rendiment de sostenibilitat en tota la cadena del producte turístic. La norma s'estructura en 41 criteris individuals de sostenibilitat. Els quatre grans blocs que formen la certificació són: gestió sostenible, entorn social i econòmic, patrimoni cultural i medi ambient. Els criteris que fan referència al patrimoni cultural es destaquen a continuació.

Taula 6 – Criteris per a la Certificació Green Globe relacionats amb el patrimoni cultural

1. CÒDI DE COMPORAMENT
<p>Criteri: El negoci segueix les guies establertes i codis de comportament per a les visites a llocs sensibles històrics i culturals, amb la finalitat de minimitzar els impactes del visitant i augmentar el gaudi d'aquests.</p> <p>Cal que s'observi respecte a les cultures locals i als llocs històrics. Els negocis també han d'entendre i buscar activament minimitzar els impactes sobre els llocs naturals i construïts. L'educació sobre les costums locals de la població local, les tradicions i les creences, així com el comportament verbal apropiat contribuirà a l'apreciació completa del lloc i a l'orgull de la comunitat receptora local.</p>
2. ARTEFACTES HISTÒRICS
<p>Criteri: Els artefactes històrics i arqueològics no es vendran, no són objecte de comercialització ni de mostra, a menys que sigui permès per llei.</p> <p>L'objectiu del turisme sostenible és el de protegir i aprofitar la singularitat del destí. Existeixen normes, regulacions i convencions per a protegir els artefactes històrics i arqueològics de</p>

l'exploració i intercanvi.

3. PROTECCIÓ DE LES ÀREES

Criteri: Els negocis contribueixen a la protecció de les àrees i propietats històriques locals, arqueològiques, culturals i espiritualment importants, sense impedir l'accés als residents locals a aquestes zones.

El patrimoni cultural és un component important de l'atractiu d'un destí i ha de ser conservat per a assegurar l'ús d'aquest a les futures generacions. La col·laboració amb els residents locals i els organismes de conservació asseguren que les activitats turístiques relacionades no danyin les àrees o previnguin a la comunitat local de visitar-les o utilitzar-les. La preservació i el paper de la cultura local i els béns històrics augmenten l'experiència en turisme i permeten que l'oferta de productes sigui més forta.

4. INCORPORACIÓ DE LA CULTURA

Criteri: Els negocis utilitzen elements de l'artesania local en les seves operacions, el disseny, la decoració, els aliments o les compres, mentre respecten els drets de propietat intel·lectual de les comunitats locals.

La utilització d'aspectes de la cultura local incrementa, on és possible, els llaços entre les comunitats veïnes, promovent les característiques ideals del destí i incrementant la preservació de capacitats úniques que d'altra manera podrien desaparèixer. La comunicació entre líders poblacionals i empreses és el punt clau per a assegurar l'ús respectuós de la cultura locals i per a evitar possibles males interpretacions, conflictes i una mercantilització indesitjada.

Font: Criterios e Indicadores de la Norma Green Globe

4.2.4 Pan Parks



El Fons Mundial per a la Conservació, el World Wildlife Fund (WWF), juntament amb l'empresa turística dels Països Baixos Molecaten Groep, van fundar Pan Parks l'any 1997. El nom significa Xarxa d'Àrees Protegides (Protected Area Network Parks) i pretén reunir tots els sectors interessats en les zones protegides d'Europa. L'organització té per objectiu incrementar la conscienciació sobre l'herència cultural europea amb un seguit de criteris definits per aconseguir-ho. Existeixen cinc principis que cobreixen aspectes ambientals, socials, econòmics i culturals. Els tres primers tenen en compte els espais protegits i als seus gestors, mentre que el quart i el cinquè proposen criteris per a un desenvolupament estratègic en matèria de turisme sostenible per a la participació dels agents locals, sobretot per a les empreses: Valors naturals, Gestió dels hàbitats, Gestió de l'ús públic, Estratègia de desenvolupament del turisme sostenible i Associacions.

Taula 7 – Criteris per a la Certificació Pan Parks relacionats amb el patrimoni cultural

1. El desenvolupament turístic i l'existència d'activitats turístiques es basen en l'ús sostenible dels recursos socioeconòmics a la regió PAN Parks, incloent aspectes propis de les minories i grups indígenes.
a. Hi ha objectius concrets per a l'ús sostenible dels recursos socioeconòmics a la regió Pan Parks: singularitat, tradicions, activitats econòmiques, artesanía, incloent les activitats no professionals, coneixement, sentit d'identitat.
b. Es posa especial atenció a les activitats tradicionals i mètodes de producció.
c. L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible està dissenyada per a obtenir beneficis per a la població local.
d. L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible adreça els seus recursos a les minories i grups indígenes i aquest ús encaixa amb la gestió dels objectius de la regió PAN Parks.
2. Planificació del desenvolupament turístic i existència d'activitats basades amb l'ús sostenible dels recursos culturals de la regió Pan Parks.
a. Hi ha objectius específics i concrets per a l'ús de recursos culturals a la regió Pan Parks en relació al desenvolupament turístic: singularitat, tradicions i aspectes culturals del paisatge i dels recursos socioculturals.
b. L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible ha d'assegurar a les comunitats locals el control sobre el seu patrimoni cultural: a través de la preservació de les costums, tradicions, normes, estils de vida, religions, etc.

Font: PAN Parks

4.2.5 Casonas Asturianas

El distintiu Casonas Asturianas va ser creada per el Principat d'Astúries l'any 1994 per a diferenciar un segment d'hotels amb encant que es distingia singularment dels seus competidors, reforçant el lideratge d'Astúries com a destí de turisme rural al nord del territori espanyol.



El club ha anat agrupant hotels repartits per tota la geografia del Principat, amb característiques comunes: bellesa i tranquil·litat de l'entorn, singularitat arquitectònica, qualitat dels equipaments, serveis i gestió professional.

Per tal d'obtenir aquesta certificació són definits i aprovats, en el Reglament d'ús de la marca Casonas Asturianas (2000), uns requisits d'entrada al club:

- Estar autoritzats com hotels o hotels rurals, excloent els hotels – apartaments, i qualsevol altra modalitat d'allotjament. L'hotel haurà d'estar ubicat en un entorn rural. En tots els casos la capacitat de l'establiment no podrà ser superior a les 20 habitacions.
- Haurà de respondre a les característiques pròpies de l'arquitectura tradicional asturiana, trobant-se així en òptimes condicions de conservació.
- L'empresa haurà de tenir almenys un any d'antiguitat en el Registre d'Empreses i Activitats Turístiques. El gerent de l'empresa haurà de tenir un mínim d'un any d'experiència provada en gestió d'establiments turístics.
- No podrà haver estat sancionat per infracció turística durant l'any anterior a la seva sol·licitud.
- L'empresa haurà de realitzar activitats orientades a la millora ambiental, d'acord amb el valor dels recursos naturals de la zona i les possibilitats d'aquesta. Aquestes activitats poden ser: reduir el consum energètic i substituir progressivament les fonts d'energia més contaminants, reduir el consum d'aigua, reduir la producció de residus com piles, vidre i paper, i evitar l'ús de productes nocius o agressius amb l'entorn natural.

A continuació, es detallen els criteris que fan referència al patrimoni cultural dins la certificació.

Taula 8 – Criteris per a la Certificació Club de Calidad Casonas Asturianas relacionats amb el patrimoni cultural

1. EDIFICI I ENTORN EXTERIOR
<p>a. L'arquitectura de tots els edificis de l'establiment estarà en concordança amb l'arquitectura típica de la zona o que presentin singularitats arquitectòniques que dotin l'edifici d'una personalitat definida. Aquells de nova construcció hauran de respectar l'arquitectura tradicional de la zona o denotar un caràcter singular.</p>
2. QUALITAT I EQUIPAMENT DE LES ZONES D'ÚS COMÚ (recepció, distribuïdors, sales, menjadors, restaurant...)
<p>a. A les zones comunes de l'interior de l'establiment, i igualment en la resta d'instal·lacions, la decoració no serà austera, sinó que hi haurà un estil decoratiu definit que estarà en concordança amb les característiques de la Casona, dotant als espais amb un ambient acollidor i agradable, valorant el disseny i la qualitat de la decoració interior (mobiliari, pintura, paviment, elements decoratius) i especialment la cura dels detalls.</p> <p>b. Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on es troba ubicat l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.</p> <p>c. Existirà com a mínim un espai interior independent dedicat exclusivament a zona de lectura i descans, amb capacitat suficient, mobiliari i decoració adequats per a aquesta funció i diferent de la zona de recepció i menjador. Es comptarà amb llibres que desenvolupin temes sobre la destinació, així com diferents jocs de taula.</p> <p>d. En el cas d'existir restaurant, la carta tindrà la suficient varietat en funció del tipus d'establiment i es distingirà per la seva oferta de plats de cuina regional i d'elaboració pròpia, utilitzant productes de primera qualitat. Valorant la presència dins de l'oferta gastronòmica d'aliments i begudes protegides o aquells sota la marca de garantia <i>Alimentos del Paraíso Natural</i>.</p>
3. HABITACIONS PRIVADES
<p>a. Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en els elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on s'ubiqui l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.</p> <p>b. Cal que estiguin definits els productes d'acollida, el seu disseny ha d'estar en concordança amb la decoració de la Casona. Els establiments comptaran com a mínim amb 4 productes d'acollida, entre els quals dos seran obligatòriament gel de dutxa i sabó de tocador.</p>
4. COMERCIALIZACIÓ
<p>a. Es valorarà l'oferta d'activitats pròpies o concertades amb altres empreses especialitzades (turisme actiu, gastronomia, culturals...).</p>
5. ACOLLIDA I TRACTE DURANT L'ESTADA
<p>a. El personal haurà de conèixer els recursos turístics naturals i culturals de la zona i ser capaç d'oferir informació consistent sobre aquests.</p>

Font: Club de Calidad Casonas Asturianas (Sociedad General de Turismo Asturias).

4.2.6 Proyecto CERES – Ecotur Ecolabel ECEAT

El Proyecto CERES – ECOTUR / Ecolabel ECEAT neix del compromís entre la Fundació Ecoagroturismo amb ECEAT – International (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) l'any 2003. El projecte es basa en la implantació del certificat Ceres Ecotur a Espanya que pren com a referència el sistema de qualitat ecològica ECEAT, d'àmbit europeu, sota criteris de sostenibilitat que mesuren el nivell de compromís mediambiental, sociocultural



i econòmic de l'empresa. L'objectiu és cohesionar una xarxa d'allotjaments ecològics a Espanya amb una certificació europea i promocionar el turisme rural i l'ecoturisme sostenible al país.

El projecte busca una integració del patrimoni rural i de l'entorn natural dins el marc del desenvolupament sostenible, per a oferir un turisme de qualitat i amb uns coneixements que proporcionin al visitant una sensibilitat per a comprendre i respectar la destinació a visitar. Aquesta certificació vol garantir al visitant un producte original, autòcton, conservat i de qualitat, tant a nivell patrimonial com mediambiental.

La certificació mesura el compromís dels propietaris dels establiments amb la cultura, el medi ambient, la realitat social i econòmica. Cal recordar que l'ecoturisme es distingeix del turisme natura pel fet de posar èmfasi en la conservació, educació, responsabilitat del viatger i participació activa de la comunitat. Dins dels criteris relacionats amb el patrimoni cultural destaquen els que figuren a continuació.

Taula 9 – Criteris per a la Certificació Proyecto CERES relacionats amb el patrimoni cultural

1. CONTRIBUCIÓ ACTIVA A LA CONSERVACIÓ DEL PATRIMONI CULTURAL
Arquitectura social: <ul style="list-style-type: none">a. Les tècniques de construcció tradicionals seran respectades en cas de rehabilitació o reforma dels edificis.b. Hi ha una voluntat manifesta de construcció i de manteniment sostenibles.
Informació relacionada amb la cultura local: <ul style="list-style-type: none">a. L'establiment compta amb una política orientada al client final, la finalitat de la qual és transmetre la importància de tenir una conducta respectuosa amb la cultura local.b. La informació és adequada i oferta activament pel titular de l'allotjament, la qual cosa resulta en una millor comprensió i un millor respecte pel territori d'acollida.

Font: ECEAT International i Fundació Ecoagroturismo.

4.3 Anàlisi dels resultats

4.3.1 El pes dels criteris referents al patrimoni cultural dins les certificacions estudiades

Feta una anàlisi quantitativa dels criteris hem pogut percebre com el nombre de criteris relacionats amb el patrimoni cultural és força heterogeni entre les certificacions i els manuals de bones pràctiques estudiats. El manual de bones pràctiques “Projecte Ceres” obté un percentatge major en aquest aspecte (17,40%). Val a dir que aquesta certificació compta però amb el menor nombre de criteris totals. Per la seva banda, destaquen també les certificacions Reservas de la Biosfera (13%), Biosphere (10,49%) i Green Globe (10,26%). Com hem pogut observar en la descripció de cadascuna de les certificacions o manuals, cada organització compta amb diferents apartats. És per aquest motiu que el pes del patrimoni cultural en el total de criteris estudiats no és força elevat. L’economia local, la preservació de l’entorn, la gestió de residus, l’aprofitament i gestió dels recursos naturals o la satisfacció del client són altres àmbits als quals es fa referència dins dels criteris establerts per a cadascuna de les organitzacions que han elaborat les certificacions o manuals estudiats.

Taula 10 – Criteris referents al patrimoni cultural sobre el total de criteris estudiats

CERTIFICACIÓ O MANUAL	Nº total de criteris	Nº criteris relacionats amb el patrimoni cultural	% sobre el total
RESERVAS DE LA BIOSFERA	254	31	12,20%
BIOSPHERE	610	*64	10,49%
GREEN GLOBE	39	4	10,26%
PANPARKS	134	6	4,48%
CASONAS ASTURIANAS	117	9	7,69%
CERES	23	4	17,40%

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades facilitades.*El nombre total de criteris no repetits és 16 però els mateixos criteris apareixen repetits entre els diferents productes que certifica la certificació BIOSPHERE.

4.3.2 Conceptualització del patrimoni cultural entre els criteris estudiats

Per analitzar de quina manera pren forma el patrimoni cultural dins els criteris de les certificacions anteriorment estudiades, s’han definit set grans blocs temàtics que han servit

per repartir aquests criteris en grups diversos. La descripció per a cada bloc ha estat la següent:

- Gestió: tots aquells criteris que facin referència a la manera d'organitzar el producte, de planificar qualsevol producte o servei amb l'entorn i la població local. Aquest apartat fa referència a criteris que la gestió del l'empresa o de l'espai, el Parc Natural del Montseny en el nostre cas, ha de tenir en compte alhora d'incloure el patrimoni cultural dins dels objectius, accions o promoció dels productes oferts.
- Formació del personal: tots aquells criteris que facin referència al coneixement i formació del personal. Aquest ha d'estar informat sobre el patrimoni cultural de la zona, així com també dels equipaments i serveis que s'ofereixen en el seu entorn. La formació del personal, per part dels empresaris o gestors d'equipaments cap als treballadors, en temes relacionats amb el patrimoni i el turisme és un punt clau que atorga valor afegit a qualsevol producte.
- Decoració pròpia i adequada: tots aquells criteris que facin referència a la decoració dels espais amb què el turista o visitant estarà en contacte.
- Arquitectura popular: tots aquells criteris que facin referència a l'arquitectura dels edificis i construccions amb què el turista o visitant estarà en contacte.
- Informació als clients: tots aquells criteris que facin referència a la informació relacionada amb el patrimoni i el turisme proporcionada de l'oferta cap a la demanda turística.
- Contribució en projectes: tots aquells criteris que facin referència a alguna implicació per part de l'empresari o organització a qualsevol tipus de projecte en relació a la conservació de l'entorn, del patrimoni o d'algun tipus de recurs del territori.
- Gastronomia local: tots aquells criteris que facin referència al menjar i beure que la destinació o l'empresa proporciona als turistes o visitants.

Aquesta diferenciació ha permès obtenir la taula següent, la qual ens mostra el repartiment dels criteris entre els diferents blocs:

Taula 11 – Repartiment dels criteris estudiats en relació al patrimoni cultural per blocs temàtics

CRITERIS RESERVAS DE LA BIOSFERA	BLOC
Disposar d'un pla d'acció o instrument similar	GESTIÓ
Procediment de comunicació amb la població i empresaris del Club: Base de dades d'empreses participants	GESTIÓ
Equipaments d'ús públic mínims: 1 centre de recepció amb punt d'informació	GESTIÓ
Senyalització bàsica dins la RB	GESTIÓ

Publicacions: material bàsic informatiu sobre la RB (mapa, fulletó, itineraris, fulletó guiat)	GESTIÓ
El personal ha de rebre formació contínua i adequada sobre turisme a la zona	FORMACIÓ DEL PERSONAL
Si a l'edifici hi ha elements decoratius, aquests han d'estar relacionats amb la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
L'edifici s'adapta a l'arquitectura popular de la RB	ARQUITECTURA POPULAR
Si hi ha un espai comú per a informar-se sobre la RB, aquest és apte per a la lectura i ofereix servei de biblioteca i vídeos relacionats amb la RB	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Dóna informació sobre la RB als clients i sobre la comarca, el seu patrimoni i la seva oferta	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
El personal està format en temes sobre la RB	FORMACIÓ DEL PERSONAL
Compra productes locals per a l'abastiment de l'establiment	GASTRONOMIA LOCAL
Dóna informació sobre productes locals de la RB als clients	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Contribueix a projectes de restauració i conservació dins la RB	CONTRIBUCIÓ EN PROJECTES
Existeixen elements decoratius relacionats amb la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Hi ha un espai específic per a activitats relacionades amb la degustació, tast o cursos propis de la zona	GASTRONOMIA LOCAL
La decoració de l'establiment és adequada, homogènia i cuidada i té relació amb elements propis de la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
El personal té un nivell de formació sobre la RB i altres recursos de la zona	FORMACIÓ DEL PERSONAL
Ofereix tasts als seus clients	GASTRONOMIA LOCAL
Facilita informació sobre els productes que ven: origen, recomanacions de conservació, gastronomia associada, singularitat...	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
La decoració de l'establiment és adequada, homogènia i relacionada amb la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
La carta inclou productes locals, menú RB amb productes km zero	GASTRONOMIA LOCAL
Inclou receptes de gastronomia tradicional	GASTRONOMIA LOCAL
Es facilita informació verbal al client sobre els plats i les receptes	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Disposa de material informatiu que facilita als clients sobre visites o activitats relacionades amb la RB	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Existeixen elements decoratius relacionats amb la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
L'edifici s'adapta a l'arquitectura popular	ARQUITECTURA POPULAR
Ofereix part de les seves activitats relacionades amb la descoberta de la RB	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Si compta amb infraestructura, els elements decoratius han de relacionar-se amb la RB	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Dóna informació sobre la RB als clients	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
El personal disposa de formació i coneixements específics i tècnics sobre la RB	FORMACIÓ DEL PERSONAL

Contribueix a projectes de restauració i conservació dins la RB	CONTRIBUCIÓ EN PROJECTES
CRITERIS CERTIFICACIÓ BIOSPHERE	BLOC
L'establiment haurà de respectar els criteris d'ordenació o zonificació local, així com els requisits aplicables a les zones protegides o de valor cultural.	GESTIÓ
L'establiment haurà de respectar les tipologies arquitectòniques locals en el disseny i construcció de les seves instal·lacions.	ARQUITECTURA POPULAR
L'establiment haurà d'incorporar en la mesura que sigui possible elements de decoració interior propis de la cultura i artesanía de la zona.	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Caldrà fomentar i protegir els recursos culturals locals, tangibles i intangibles, col·laborant en la seva conservació i pervivència amb les autoritats locals o associacions.	CONTRIBUCIÓ PROJECTES
No es vendran elements de valor arqueològic o històric, i aquests només seran exposats sota determinades garanties de protecció i compliment dels requisits legals aplicables.	GESTIÓ
Es garanteix el respecte i protecció de la propietat intel·lectual de les comunitats locals.	CONTRIBUCIÓ PROJECTES
No s'impedeix l'accés de residents locals als elements de valor patrimonial, històric o arqueològic de què es disposi.	GESTIÓ
Els establiments que ofereixin servei de restaurant o bufet amb aliments preparats a les pròpies cuines, hauran d'incloure la gastronomia local en la seva oferta. Si l'establiment compta amb restaurant atès, els cambrers hauran de ser coneixedors de la gastronomia local, i recomanar vins i plats locals disponibles al menú.	GASTRONOMIA LOCAL
Si l'establiment ofereix programes d'animació, hauran d'oferir-se activitats relacionades amb els recursos culturals del destí.	GESTIÓ
Si l'establiment compta amb botigues de souvenirs, mercats, etc haurà de garantir la venda de productes locals en aquests.	GESTIÓ
L'establiment haurà d'oferir informació completa i actualitzada sobre els principals recursos culturals de la zona, donant dades sobre horaris de visita, etc.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
L'establiment haurà de suposar una font de transmissió dels valors culturals locals per al visitant	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Les instal·lacions i elements físics que la ruta compregui hauran de respectar les tipologies arquitectòniques i estètiques locals.	ARQUITECTURA POPULAR

El gestor de la ruta haurà de potenciar el patrimoni cultural existent al llarg del trajecte, afavorint la seva conservació i fomentant la seva posada en valor per als visitants.	CONTRIBUCIÓ PROJECTES
Cal aportar al visitant la informació suficient per a què així pugui conèixer i valorar els recursos culturals tangibles i intangibles de la ruta, així com bones pràctiques de respecte i conservació.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
Cal incentivar la màxima integració cultural del visitant, aportant informació sobre costums i trets culturals locals existents.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
CRITERIS GREEN GLOBE	BLOC
El negoci segueix les guies establertes i codis de comportament per a les visites a llocs sensibles històrics i culturals, amb la finalitat de minimitzar els impactes del visitant i augmentar el gaudi d'aquests.	GESTIÓ
Els artefactes històrics i arqueològics no es vendran, no són objecte de comercialització ni de mostra, a menys que sigui permès per llei.	GESTIÓ
Els negocis contribueixen a la protecció de les àrees i propietats històriques locals, arqueològiques, culturals i espiritualment importants, sense impedir l'accés als residents locals a aquestes zones.	CONTRIBUCIÓ EN PROJECTES
Els negocis utilitzen elements de l'artesanía local en les seves operacions, el disseny, la decoració, els aliments o les compres, mentre respecten els drets de propietat intel·lectual de les comunitats locals.	DECORACIÓ PRÒPIA I ADEQUADA
CRITERIS PAN PARKS	BLOC
Hi ha objectius concrets per a l'ús sostenible dels recursos socioeconòmics a la regió Pan Parks: singularitat, tradicions, activitats econòmiques, artesanía, incloent les activitats no professionals, coneixement, sentit d'identitat.	GESTIÓ
Es posa especial atenció a les activitats tradicionals i mètodes de producció.	GESTIÓ
L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible està dissenyada per a obtenir beneficis per a la població local.	GESTIÓ
L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible adreça els seus recursos a les minories i grups indígenes i aquest ús encaixa amb la gestió dels objectius de la regió PAN Parks.	GESTIÓ
Planificació del desenvolupament turístic i existència d'activitats basades amb l'ús sostenible dels recursos culturals de la regió Pan Parks.	GESTIÓ
Hi ha objectius específics i concrets per a l'ús de recursos culturals a la regió Pan Parks en relació al desenvolupament turístic: singularitat, tradicions i aspectes culturals del paisatge i dels recursos socioculturals.	GESTIÓ
L'estratègia de desenvolupament de turisme sostenible ha d'assegurar a les comunitats locals el control sobre el seu patrimoni cultural: a través de la preservació de les costums, tradicions, normes, estils de vida, religions, etc.	CONTRIBUCIÓ EN PROJECTES
CRITERIS CASONAS ASTURIANAS	BLOC

L'arquitectura de tots els edificis de l'establiment estarà en concordança amb l'arquitectura típica de la zona o que presentin singularitats arquitectòniques que dotin l'edifici d'una personalitat definida. Aquells de nova construcció hauran de respectar l'arquitectura tradicional de la zona o denotar un caràcter singular.	ARQUITECTURA POPULAR
A les zones comunes de l'interior de l'establiment, i igualment en la resta d'instal·lacions, la decoració no serà austera, sinó que hi haurà un estil decoratiu definit que estarà en concordança amb les característiques de la Casona, dotant als espais amb un ambient acollidor i agradable, valorant el disseny i la qualitat de la decoració interior (mobiliari, pintura, paviment, elements decoratius) i especialment la cura dels detalls.	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on es troba ubicat l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Existirà com a mínim un espai interior independent dedicat exclusivament a zona de lectura i descans, amb capacitat suficient, mobiliari i decoració adequats per a aquesta funció i diferent de la zona de recepció i menjador. Es comptarà amb llibres que desenvolupin temes sobre la destinació, així com diferents jocs de taula.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
En el cas d'existir restaurant, la carta tindrà la suficient varietat en funció del tipus d'establiment i es distingirà per la seva oferta de plats de cuina regional i d'elaboració pròpia, utilitzant productes de primera qualitat. Valorant la presència dins de l'oferta gastronòmica d'aliments i begudes protegides o aquells sota la marca de garantia "Alimentos del Paraíso Natural".	GASTRONOMIA LOCAL
Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en els elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on s'ubiqui l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.	DECORACIÓ PRÒPIA ADEQUADA
Cal que estiguin definits els productes d'acollida, el seu disseny ha d'estar en concordança amb la decoració de la Casona. Els establiments comptaran com a mínim amb 4 productes d'acollida, entre els quals dos seran obligatòriament gel de dutxa i sabó de tocador.	GESTIÓ
Es valorarà l'oferta d'activitats pròpies o concertades amb altres empreses especialitzades.	GESTIÓ
El personal haurà de conèixer els recursos turístics naturals i culturals de la zona i ser capaç d'oferir informació consistent sobre aquests.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
CRITERIS PROYECTO CERES	BLOC
Les tècniques de construcció tradicionals seran respectades en cas de rehabilitació o reforma dels edificis.	ARQUITECTURA POPULAR
Hi ha una voluntat manifesta de construcció i de manteniment sostenibles.	GESTIÓ
L'establiment compta amb una política orientada al client final, la finalitat de la qual és transmetre la importància de tenir una conducta respectuosa amb la cultura local.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS
La informació és adequada i oferta activament pel titular de l'allotjament, la qual cosa resulta en una millor comprensió i un millor respecte pel territori d'acollida.	INFORMACIÓ ALS CLIENTS

Font: Elaboració pròpia a partir de les certificacions i projectes analitzats

Un cop fet l'atorgament de cada bloc a cadascun dels criteris estudiats, un total de 71 criteris, s'ha pogut extreure la taula resum següent que ens proporciona informació sobre quins són aquells blocs que prioritzen el conjunt de les sis certificacions o manuals estudiats.

Taula 12 – Criteris referents al patrimoni cultural subdividits en blocs temàtics

BLOCS	RESERVAS DE LA BIOSFERA	BIOSPHERE	GREEN GLOBE	PAN PARKS	CASONAS ASTURIANAS	CERES	TOTAL CRITERIS PER BLOCS
Gestió	5	5	2	6	2	1	21
Formació del personal	4						4
Decoració pròpia i adequada	5	1	1		3		10
Arquitectura popular	2	2			1	1	6
Informació als clients	8	4			2	2	16
Contribució en projectes	2	3	1	1			7
Gastronomia local	5	1			1		7
TOTAL CRITERIS	31	16	4	7	9	4	71

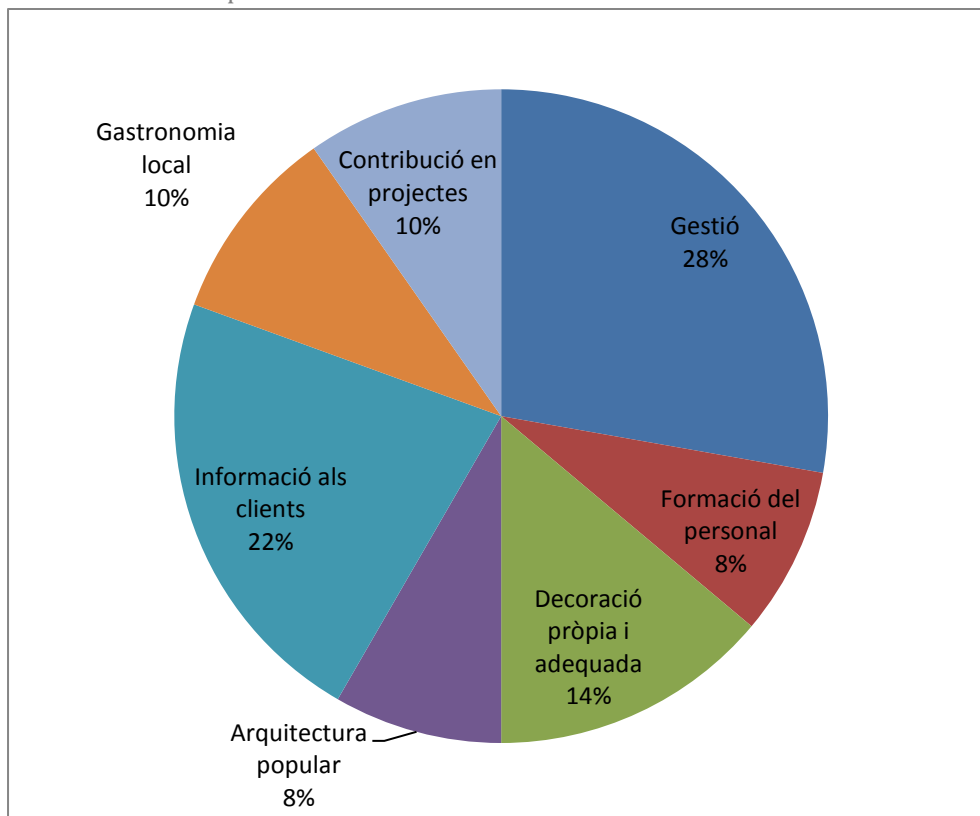
Font: Elaboració pròpia.

La certificació Reservas de la Biosfera destaca per disposar de criteris en cadascun dels blocs temàtics estudiats. Juntament amb la certificació Biosphere són de les més completes en tots, o gairebé tots els àmbits. La certificació Green Globe destaca per proporcionar criteris referents a la gestió, la decoració i la contribució en projectes per a la conservació del patrimoni local. Pan Parks, dins el seu principi número 4 referent a definir una estratègia de turisme sostenible, destaca pels seus criteris relacionats amb la gestió d'aquesta estratègia. El Club Casonas Asturianas enfoca molt el pes del patrimoni cultural en reivindicar la importància de l'autenticitat en el seu producte d'allotjament. Aquest club ho demostra amb criteris referents a la decoració, així com també a la informació proporcionada sobre l'entorn als seus Cclients. També és el cas del projecte ceres, el qual amb només quatre criteris relacionats amb el patrimoni cultural, prioritza la correcta transmissió de la informació com un dels pilars per apropar el patrimoni cultural als clients que practiquen l'agroturisme.

Com podem observar en el gràfic 3 hi ha una força hegemonia entre el nombre de criteris que trobem entre els diferents blocs temàtics establerts. Un 28% del total pertanyen a l'àmbit de la "gestió", un 22% a la "informació proporcionada als clients", un 14% a la "decoració pròpia i adequada", un 10% a la "contribució en projectes", un 10% a la "gastronomia local", un 8% a l'"arquitectura popular" i un altre 8% pertanyent a la "formació del personal".

Veiem doncs, que els àmbits temàtics dibuixats són imprescindibles alhora de definir un producte turístic sostenible relacionat amb el patrimoni cultural.

Gràfic 3 – Criteris referents al patrimoni cultural subdividits en blocs temàtics



Font: Elaboració pròpia

4.3.3 La percepció dels empresaris d'allotjament del Parc Natural del Montseny

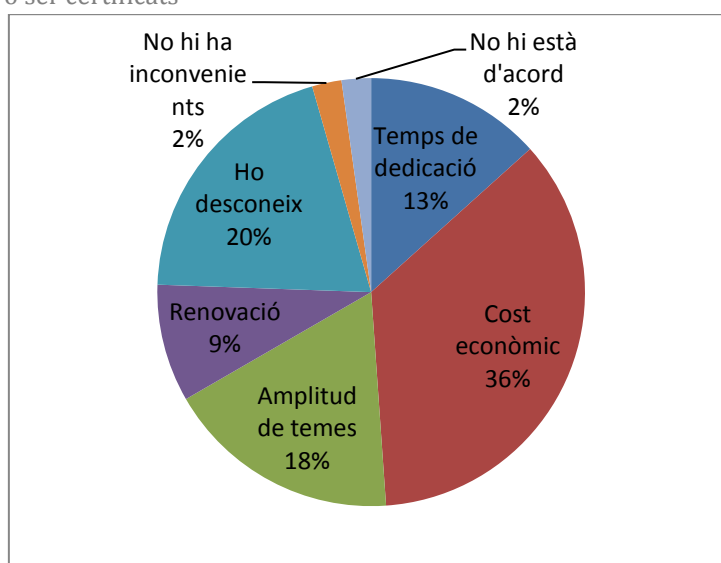
En aquest apartat hem analitzat la percepció que tenen els empresaris d'allotjament del Parc Natural del Montseny en relació a diferents preguntes que han configurat un model d'enquesta telefònica (veure apartat Annex). Aquestes preguntes han girat entorn als set grans blocs definits: gestió, formació del personal, decoració, arquitectura, contribució en projectes, informació als clients i gastronomia (veure model d'enquesta a l'apartat Annex).

La primera pregunta de l'enquesta mostra que, de les 45 empreses que han col·laborat en aquest apartat, 43 no disposaven de cap certificació de sostenibilitat ni seguien cap manual de bones pràctiques. Tan sols dues cases rurals asseguren que els seus cultius porten el segell ecològic CCPAE (Consell Català de la Producció Ecològica). No hi ha cap cas on una empresa

apliqui una certificació sostenible en l'àmbit turístic. Això ens fa veure que aquest tipus de distintius no tenen molt èxit entre el grup d'empreses que hem estudiat.

Pel que fa al principal inconvenient alhora de seguir un manual de bones pràctiques, com el Proyecto Ceres, per exemple, o de ser distingits amb alguna certificació de sostenibilitat, veiem en el gràfic 4 que els empresaris veuen el cost econòmic com el principal inconvenient (36%), seguit de l'amplitud de temes i criteris exigits d'aquests manuals o certificacions. Un important 20% dels empresaris assegura desconèixer l'àmbit de les certificacions i manuals, la qual cosa significa que no es veu capacitat per contestar aquesta segona pregunta. Un 13% dels enquestats veu el temps de dedicació com el principal entrebanc i un 9% la renovació de la certificació. Únicament un 2% (un empresari) remarca que no hi ha cap inconvenient i el mateix percentatge representa a un altre empresari que exposa que no està d'acord amb els manuals o certificats referents a la sostenibilitat.

Gràfic 4 – Principal inconvenient pels empresaris d'allotjament alhora de seguir un manual de bones pràctiques o ser certificats

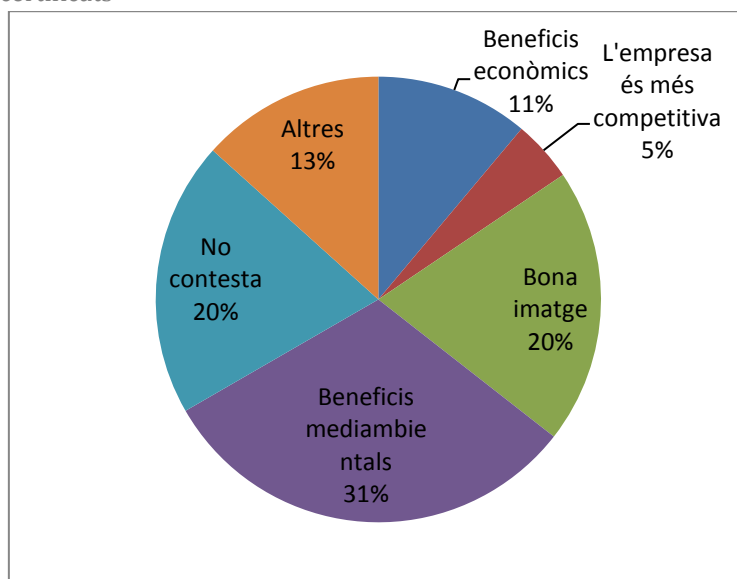


Font: Elaboració pròpia

Dels 45 enquestats, 33 asseguren que seguir un manual o ser certificat proporciona beneficis, mentre que 7 no estan d'acord amb aquesta afirmació i 5 empresaris desconeixen si n'hi pot haver. Dins dels empresaris que creuen que sí que hi ha beneficis, se'ls hi ha preguntat quin tipus de beneficis hi veuen. El gràfic 5 mostra que el 31% d'aquests considera que el principal benefactor és el medi ambient. Un 20% considera que la imatge de la seva empresa guanyaria notorietat i un 11% constata que el fet de ser certificat amb un distintiu de sostenibilitat o seguir un manual de bones pràctiques els suposaria beneficis econòmics, rebre més clients. Un 20% no han contestat la pregunta ja que consideren que no hi ha beneficis. Altres respostes afirmatives (13%) en aquest apartat han estat que el principal benefici pot ser "estar al dia" o

“disposar d’una millor organització a l’empresa”. Tan sols un 5% considera que així l’empresa resulta més competitiva al mercat.

Gràfic 5 – Principal benefici pels empresaris d’allotjament alhora de seguir un manual de bones pràctiques o ser certificats



Font: Elaboració pròpia

La quarta i cinquena preguntes han donat com a resultat que 34 dels 45 empresaris d’allotjament considera molt important que els seus treballadors coneguin l’oferta cultural del Parc Natural del Montseny. Però la següent pregunta sobre si els empresaris formen als seus treballadors ha deixat veure que només en 7 empreses es forma els treballadors en aquest àmbit, mitjançant informació proporcionada oralment per part de l’empresari (5 empreses) o proporcionant algun tipus de manual al treballador (2 empreses). La resta, 38 empresaris, assegura que els qui treballen al negoci coneixen la zona o són part de la família i, per aquest fet, no reben cap tipus d’informació.

La sisena i setena preguntes vol saber si l’empresa disposava de decoració a les seves zones comunes i habitacions i si aquesta era pròpia de la regió on es trobava l’establiment. En aquest cas, 35 empreses han afirmat que sí mentre la resta (10 empreses) no creu que segueixi cap estil decoratiu. D’entre els estils, predomina el rústic (29 empreses), 4 empreses han declarat que el seu estil és “ecològic”, “que fa caliu”, “amb materials reciclats” i “restaurats”.

La vuitena pregunta parla sobre els recordatoris i obsequis donats als clients. Aquí 17 empreses afirmen donar algun present als hostes en forma de “productes de l’hort” (5 empreses), “amenities” (4 empreses), “melmelades” (2 empreses), “vi” (2 empreses), “punts

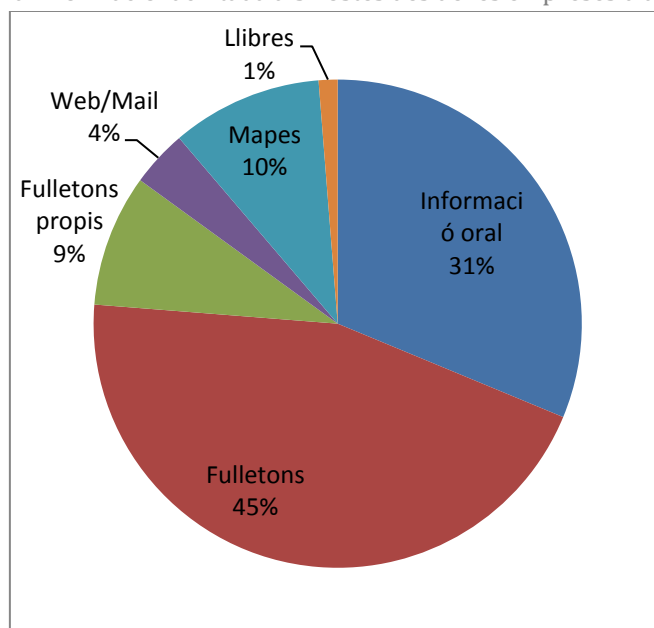
de llibre” (2 empreses), “bombons i cava” (1 empresa) i “autocar gratuït a la costa” (1 empresa). Com veiem alguns són més singulars i adients amb el medi en què es troba l'establiment, com són el cas dels productes de l'hort i les mermelades, i d'altres no tant. La majoria dels enquestats però, 28 empresaris, no ofereix cap obsequi o record al client.

La novena pregunta vol conèixer la percepció de l'empresari en relació al seu edifici i la concordança d'aquest amb l'arquitectura popular. Un alt nombre (31 empreses) considera que el seu edifici s'adapta completament a l'arquitectura popular, la resta considera que s'hi adapta força. Aquest fet és degut a que la majoria d'empreses s'ubiquen en masies i antigues cases rurals que daten dels segles XVI, XVII o XVIII.

Gairebé la meitat (21 empreses) han rehabilitat o fet obres al seu edifici i, d'entre aquestes, en 18 casos s'ha optat per conservar les formes constructives passades, mentre que en 3 casos s'ha modernitzat l'aspecte.

L'onzena pregunta preguntava si els empresaris oferien informació turística als seus hostes en relació als recursos culturals i naturals del Parc. Gairebé per unanimitat (43 empreses) n'ofereixen i els principals formats, com veiem al gràfic 6, són els fulletons de la Diputació de Barcelona (45%), la informació oral del personal i propietaris (31%), els mapes (10%) i fulletons propis elaborats per la pròpia empresa (9%). El mail, la web i els llibres són poc utilitzats i les xarxes socials no han aparegut entre les respostes dels propis empresaris.

Gràfic 6 – Format de la informació facilitada als hostes des de les empreses d'allotjament



Font: Elaboració pròpia

Bona part de les empreses (28) transmeten missatges de sensibilització als visitants sobre fer un bon ús dels recursos patrimonials i naturals. La resta asseguren que no i molts afirmen que no cal transmetre aquesta informació ja que el client que rep sap molt bé com comportar-se.

Cap empresa pertany a alguna associació per a la protecció d'àrees o zones culturals ni col·labora en projectes. Molts d'ells però són membres de l'Associació d'Empresaris Turístics del Montseny, de Turisme rural La Selva o d'associacions de veïns.

Un total de 26 empreses afirmen oferir servei de restauració, i d'aquestes, totes menys una, que exposa que pertany a una cadena hotelera, compren productes locals o de la regió; incloent també gastronomia local en la seva carta. Alguns plats o productes que els empresaris han volgut destacar com a típic són: mermelades pròpies, menú del Montseny, mel, vi de la pròpia finca, pa artesanal, iogurts i formatges artesans, vedella i senglar, rostits, cargols, bolets, xató, canelons i cervesa del Montseny.

Per acabar, cal destacar que, de les 26 empreses que ofereixen restauració, 16 prioritzen sempre els proveïdors de proximitat o quilòmetre zero, mentre que la resta destaca per prioritzar-los gairebé sempre.

5. CONCLUSIONS

5.1 Set blocs per al patrimoni cultural

Alhora de definir quins són els trets característics d'un producte sostenible relacionat amb el concepte de patrimoni cultural, i un cop fet l'estudi dels criteris dins les certificacions sostenibles i manuals de bones pràctiques estudiats, caldria fer referència als següents blocs:

- La gestió d'un producte sostenible relacionat amb el patrimoni cultural ha de comptar amb una planificació estratègica que compti amb tots els agents involucrats en l'àmbit del patrimoni cultural. Al mateix temps, dins aquest bloc seria bo comptar amb una bona planificació referent a l'economia local i a la projecció dels valors identitaris locals en tots els seus àmbits.
- En serveis tot ven (Aulet, 2013). És per aquest motiu que la informació, la sensibilització i el coneixement del personal que treballa en el sector turístic és important. El personal ha d'estar format en l'oferta turística relacionada amb el patrimoni cultural que el Parc Natural del Montseny pot posar a l'abast dels seus visitants. Cada individu que es relacioni amb els visitants pot convertir-se en promotor i prescriptor de la destinació Montseny.
- La decoració de l'espai, molt particularment en els casos de productes relacionats amb l'allotjament i la restauració, és quelcom a tenir en compte. No s'hauria de caure en la banalització i teatralització dels espais o dels edificis ni festivitats ja que l'autenticitat del producte és un aspecte destacat per a la satisfacció del client (MacCannell, 1973).
- El respecte per l'entorn i el manteniment en el temps dels trets característics de l'arquitectura popular juga un paper important alhora del valorar un producte turístic sostenible amb el patrimoni cultural. En aquest cas, conservar la forma que pren el llegat construït, així com també evitar l'impacte visual amb edificacions estridents, és un aspecte favorable dins els criteris que configuren el patrimoni cultural relacionat amb la pràctica turística.
- Proporcionar una informació actualitzada, veraç i completa als clients és primordial. Des dels centres i punts d'informació com també entre els diferents equipaments culturals i productes lligats amb el patrimoni cal transmetre un discurs fidedigne i real del patrimoni cultural en un marc d'autenticitat. En aquest apartat cal destacar també l'actualització d'informació referent a horaris i preus que ofereixen les diferents empreses turístiques relacionades amb el patrimoni cultural, així com també la

tipologia de producte que l'empresa ofereix, i les diferents formes de contacte que pot establir el visitant amb el prestador de productes o serveis patrimonials.

- El patrimoni, ja sigui cultural o natural, es troba exposat a diferents riscos a conseqüència del pas del temps, la freqüentació humana i les condicions ambientals adverses (Prats, 1997). El pes de l'activitat turística sobre l'entorn hauria de repercutir en el manteniment i conservació de les zones o elements patrimonials, especialment aquells més fràgils que, a la fi, són la base perquè el producte turístic relacionat amb el patrimoni es pugui configurar. La contribució en projectes de conservació amb l'entorn i els elements culturals i de càlcul de la capacitat de càrrega és present en les pràctiques turístiques sostenibles.
- Les maneres de fer del passat es posen de manifest en el cas del patrimoni cultural immaterial (Galí, Majó i Vidal 2000). Si el producte implica una interacció amb la gastronomia, aquesta ha d'adequar-se als recursos alimentaris propis de la destinació. La gastronomia típica d'un indret determinat s'ofereix cada cop més com un producte cultural a ser descobert per a aquell turista que busca l'autenticitat dins la pràctica turística. Les zones rurals disposen d'un gran avantatge ja que disposen d'una elevada proximitat amb la producció de productes alimentaris, així com també permet a aquestes comunitats generar beneficis i oportunitats de treball a productors locals, mentre afavoreixen a altres sectors de l'economia com l'agricultura (OMT, 2012). La gastronomia pot considerar-se com una unió entre la cultura global i local i crear discursos entorn al producte alimentari (Richards, 2012).

5.2 La importància d'allò local

L'objectiu del turisme sostenible és el de protegir i aprofitar la singularitat del destí. L'educació sobre les costums locals de la població local, les tradicions i les creences, així com el comportament verbal apropiat contribuirà a l'apreciació completa del lloc i a l'orgull de la comunitat receptora local.

Green Globe (2013)

Un cop extrets els criteris referents al patrimoni cultural podem llegir entre línies la importància que té el concepte "local" dins de les certificacions i manuals estudiats. Són molts els autors, com Prats (1997) o Donaire (2008), que consideren que el patrimoni cultural és una construcció social que posa de manifest recursos, materials o immaterials, propis d'una comunitat. Feta l'anàlisi sobre els criteris relacionats amb el patrimoni cultural hem vist doncs que el concepte local és present en molts d'aquests enunciats sostenibles. La cura de les comunitats locals, el respecte a les propietats històriques locals, el valor estètic i cultural de

disposar d'una arquitectura pròpia local o la lluita per a què els beneficis turístics repercutixin en els residents locals és un pilar fonamental des d'on neixen nombrosos criteris relacionats amb la sostenibilitat turística. Són al mateix temps importants la transmissió de valors, costums i tradicions locals a aquells qui visiten l'espai turístic, ja que aquest component immaterial es converteix en un element clau i fort per a la reivindicació identitària d'una comunitat.

Gràfic 7 – Atributs referents al concepte “local” dins els criteris referents al patrimoni cultural



Font: Elaboració pròpia a partir de l'anàlisi dels criteris referents al patrimoni cultural.

El patrimoni és un ampli concepte capaç de convertir-se en un recurs per a mostrar la identitat dels pobles i cultures, tot mostrant els seus elements diferenciadors i singulars que configuren una imatge del destí. És important destacar els elements de diferenciació i singularitat que contribueixen al posicionament del nostre destí. El turista o visitant ha de trobar en l'oferta disponible productes autèntics, pensats per a satisfer necessitats i per a oferir experiències úniques. La sostenibilitat en la pràctica turística ha de servir per a la permanència en el temps d'aquests elements diferenciadors que atorguen un valor afegit al destí. Així ho conceben

també Ballart i Joan Tresserres (2001) quan defensen que la conservació dels recursos patrimonials i el seu procés de transformació en productes turístics pot ser un incentiu per a la revitalització de la identitat cultural a nivell regional, nacional i internacional.

5.3 L'opinió dels empresaris d'allotjament

La fase del treball dedicada a conèixer quina és la percepció dels empresaris d'allotjament sobre l'aplicació de sistemes de certificació referents a la gestió turística sostenible del patrimoni cultural, i també referents als set grans blocs temàtics estudiats, ha donat alguns resultats que cal considerar.

El producte turístic d'allotjament al Parc Natural del Montseny, un cop fetes les enquestes, demostra que aquest no s'allunya massa de caracteritzar-se per a ser un producte sostenible ben dissenyat en relació al patrimoni cultural, si més no a nivell potencial. Tot i constatar que pràcticament cap empresa disposa d'una certificació en aquest àmbit, podem afirmar que la gran majoria sí veuen aquests distintius beneficiosos en segons quins àmbits, per la pròpia empresa o per l'entorn en què es troben. És cert que, en un context de crisi com el que ens trobem i, tractant-se la majoria de petites empreses, el problema econòmic en la seva implementació és un inconvenient en la majoria dels casos, juntament amb el temps de dedicació. És evident també que molts dels propietaris asseguren no formar els seus treballadors en aspectes de turisme cultural al Parc però la majoria ho justifiquen assegurant que aquests són membres de la família i que, per tant, són coneixedors de la zona i no cal. L'atmosfera que engloba aquests establiments va en consonància amb l'entorn natural del Parc i es caracteritza per un estil rústic. La major part dels establiments segueixen l'arquitectura popular de la regió, tractant-se en aquest cas de finques i masies amb segles d'antiguitat. La informació turística i cultural que aquests donen sobre la destinació Montseny o local es basa en fulletons i informació oral. Molts empresaris, fins i tot, asseguren que efectuen ells mateixos fulletons que inclouen rutes i visites a equipaments per així donar una millor informació o més detallada sobre els recursos culturals de la zona. Bona part d'ells assegura transmetre missatges de sensibilització sobre el bon ús dels recursos patrimonials, mentre que d'altres asseguren orgullosos que als seus hostes no els cal recordar aquest tipus de missatges per tenir habitualment un comportament respectuós. Pel que fa la gastronomia, exceptuant una empresa, tots els qui ofereixen restauració asseguren posar a la carta productes típics de la destinació o rodalies, així com també prioritzar la compra a productors i proveïdors de proximitat.

Veiem doncs que tot i que els empresaris turístics d'allotjament no disposen de cap distintiu, el perfil de la seva oferta, en la gran majoria, encaixa dins els blocs temàtics estudiats a partir de les certificacions anteriorment destacades.

5.3 Limitacions de l'estudi i recomanacions futures

El present estudi s'ha centrat en l'anàlisi dels criteris de sis certificacions relacionades amb el turisme sostenible. L'objectiu principal d'aquest projecte ha estat seleccionar quins criteris són útils per al disseny de productes sostenibles al Parc Natural del Montseny, tot participant en l'acció 4.1.1. "Definició de producte turístic sostenible de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny". L'acotació de l'estudi ha estat posar de manifest els trets distintius alhora de definir un producte turístic relacionat amb el patrimoni cultural. Altres branques de la sostenibilitat turística com poden ser la gestió mediambiental o l'impacte en l'economia local no han estat analitzades. És per aquest motiu que per tal d'obtenir una definició més àmplia de producte sostenible caldria estudiar quins són els altres criteris que es tenen en compte alhora de certificar o recomanar bones pràctiques sostenibles des de les institucions que treballen a favor del turisme sostenible. A més, hi ha hagut criteris que no han estat facilitats per a l'entitat gestora d'alguna certificació. Aquest és el cas de la certificació Biosphere Destination. El Parc podria utilitzar el seu rol com a futur candidat de la certificació per tal d'obtenir els criteris que manquen i així completar, o no, el llistat final de blocs essencials alhora de definir un producte turístic sostenible amb el patrimoni cultural.

A l'apartat Annex s'ha cregut oportú facilitar el llistat complet del conjunt de criteris que conformen les sis certificacions i programes estudiats a l'Oficina Tècnica del Parc Natural del Montseny. D'aquesta manera, es faciliten la totalitat de criteris que poden servir per ampliar la definició de producte turístic.

L'opinió de la resta d'agents de la oferta caldria ser també contemplada com s'ha fet en el cas dels qüestionaris als empresaris d'allotjament en relació a criteris referents al patrimoni cultural. Cal afegir, que, a la Carta Europea de Turisme Sostenible (2011 – 2015) hi participen, dins el Fòrum Permanent i el Grup de Treball, diferents agents socials provinents del sector privat, la societat civil i l'administració pública. És per això que en les trobades futures que s'adrecin a discutir quins són els criteris que defineixen un producte turístic sostenible es posi de manifest el present estudi per tal d'obtenir un feedback de la població. És important dissenyar una estratègia que vagi unida als interessos i beneficis col·lectius i, en el cas de la CETS Montseny, la participació i interacció entre els agents locals és un pilar fonamental per a l'èxit de la candidatura al Parc.

ANNEX

Llistat d'equipaments del Parc Natural del Montseny

Oficina	1
Oficina del Parc Natural del Montseny	
Centres i Punts d'informació	18
Can Casades	
Fogars de Montclús	
Montseny	
Sant Esteve de Palautordera	
Rectoria del Brull	
Espai Montseny	
Museu etnològic del Montseny - La Gabella	
Parc etnològic de Tagamanent	
Aiguafreda	
Seva	
Molí de Ca l'Antic	
Tagamanent	
Riells de Montseny	
Gualba	
La Mongia	
Cànoves i Samalús	
OIT Sant Celoni	
Santa Maria de Palautordera	
Museus i equipaments culturals	8
Museu de Ciències Naturals de Granollers	
Museu etnològic del Montseny - La Gabella	
Alberg per a la recerca el Puig	
Parc etnològic de Tagamanent - Casa Museu l'Agustí	
Espai Montseny	
Fortificació ibèrica del turó del Montgrós	
Museu de Granollers	
Museu Municipal Josep Aragay	
Centres de documentació	2
Centre de documentació del Parc Natural del Montseny - Secció Ciències Naturals	
Centre de documentació del Parc Natural del Montseny - Secció Humanitats	
Espais d'educació ambiental	12
Escola de Natura Can Lleonart	
Escola de Natura La Traüna	
Escola de Natura Rectoria de Vallcàrquera	
Santa Marta CEIP (privada)	
Escola del Bosc. El Corral de Mataró (privada)	
Escola de Natura Can Mateuet (privada)	
Escola de Natura - Granja Riera de Ciuret (privada)	

Itineraris pedagògics del Montseny (privat)	
Escola de Natura Can Masseguer (privada)	
Les Guilleries. Associació de Promoció i Educació Ambiental (privada)	
La Granja (privada)	
La Casanova de Figueroles (privada)	
Àrees d'aparcament	13
Aparcament d'accés al turó de l'Home: plana Amagada	
Can Cruspinell	
Collformic	
Font de Passavets	
Font del Cirerer	
Les Ferreres	
Plana dels Bombers	
Sant Marçal I	
Santa Fe	
Vallforners	
Coll de Borderiol	
Can Pla	
Santa Helena	
Àrees d'esplai	4
Àrea d'esplai de la Guardiola	
Àrea d'esplai de la plana del Coll	
Àrea d'esplai de les feixes del Vilar	
Àrea d'esplai de Les Piscines (privat)	
Àrees d'acampada	1
Càmping de Fontmartina	
Audiovisuals	4
L'home i el Montseny	
Les quatre estacions al Montseny	
Llegendes del Montseny	
Rafael Patxot, ciència i mecenatge	
Exposicions permanents	7
Univers Patxot	
Les esquelles d'en Jaume	
El Montseny és una muntanya	
El Parc Natural del Montseny. Un diàleg entre l'home i el territori	
Fortificació ibèrica del turó del Montgrós	
El Montseny, Reserva de la Biosfera	
La Lola de la Figuera. Una història poc coneguda al Montseny	
Cases de colònies	14
Can Marc (privada)	
Can Putxet (privada)	
Can Sans (privada)	
Casa d'Exercicis Sant Joan de Déu (privada)	
Casadamunt (privada)	

Casal de Pau (privada)	
El Corral del Mataró (privada)	
El Pinatar (privada)	
Germanes Dominiques (privada)	
Granja Escola Castell de Fluvià (privada)	
Llar Parroquial de Joanet (privada)	
Mas Casanova d'en Crous (privada)	
Mas el Puig de Fàbregas (privada)	
Mas el Pujolar (privada)	
Serveis de guies	7
ADEMC, itineraris pedagògics del Montseny	
APRÈN, Serveis Ambientals, SCCL	
Centre d'Informació el Brull	
Fundació Catalana de l'Esplai / Associació Catalana de Cases de Colònies	
La Calma. Parc Etnològic de Tagamanent	
SENY, Activitats de Lleure	
SIGNATUS	
Allotjaments	50
Albergs	3
Alberg de joventut Casanova de Sant Miquel	
Alberg El Polell	
Alberg Masia de Vallforners	
Apartaments	4
Apartaments turístics Cal Ferrer (privat)	
Aparthotel Les Agudes (privat)	
Hotel-Apartaments El Muntanyà ****(privat)	
Rural Montseny (privat)	
Cases de pagès – Agroturisme	17
Turisme rural La Morera (privat)	
Can Nan Vila (privat)	
Masia Fontdellops Can Vilacrosa (privat)	
Molí de Can Aulet (privat)	
El Buxaus (privat)	
Can Pereres Vell (privat)	
El Camp d'en Pla (privat)	
El Beiés (privat)	
Les Illes (privat)	
Can Jubany (privat)	
Can Marc (privat)	
El Folló (privat)	
El Porxo de Can Baixeres (privat)	
Can Joan Barnedas (privat)	
Masia Can Toni (privat)	
Mas Romeu (privat)	
Rural Montseny (privat)	

Càmpings	10
Càmping de Fontmartina	
La Vall del Vidal (privat)	
Riera de Ciuret (privat)	
Càmping Montseny Masia Can Cervera (privat)	
Les Illes (privat)	
Les Piscines del Montseny (privat)	
Els Pins (privat)	
Càmping l'Avençó (privat)	
Càmping La Balma (privat)	
Hotels, hostals, pensions	19
Fonda Santa Anna * (privada)	
Hostal Bofill (privat)	
Hostal Balneari Blancafort *** (privat)	
Hostal Sant Marçal (privat)	
Hostal Turó de l'Home (privat)	
Hotel Bofill * (privat)	
Hotel Can Barrina ** (privat)	
Hotel Hostal de la Glòria *** (privat)	
Hotel La Coromina ** (privat)	
Hotel Masia del Montseny * (privat)	
Hotel Sant Bernat *** (privat)	
Hotel - Apartaments El Montanyà **** (privat)	
L'hostalet de la Merceria. Hotel ** (privat)	
La Trona * (privada)	
Pensió l'Avet Blau ** (privada)	
Pensió Montserrat * (privada)	
Pensió Montsoriu ** (privada)	

Font: Diputació de Barcelona, Xarxa de Parcs Naturals 2013.

Críteris que conformen les certificacions estudiades

Club Producto Reservas de la Biosfera

Requisits i Compromisos de la Reserva de la Biosfera per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Disposar d'un pla d'acció o instrument similar	X	
Recursos humans específics i una oficina de gestió	X	
Procediment de comunicació amb la població i empresaris del Club: Base de dades d'empreses participants		X
Equipaments d'ús públic mínims: 1 centre de recepció amb punt d'informació	X	
Publicacions: material bàsic informatiu sobre la Reserva (mapa, fulletó general), itineraris bàsics, material bàsic interpretatiu (fulletó guiat)	X	
Serveis interpretatius a la Reserva (personal propi, concessions, autoritzacions a empreses degudament informades)	X	
Senyalització bàsica de la Reserva de la Biosfera (a les entrades)	X	
Sistema de qualitat dels serveis d'ús públic (ISO, SCTE, UNE 187002, MACT, SICTED)		X
Sistemes de gestió mediambiental (EMAS, ISO 14001)		X
COMPROMISOS		
La Reserva de la Biosfera ha de facilitar de manera sistemàtica informació bàsica de la Reserva a les empreses del club (exemple: fulletons, mapes, etc.).		
Facilitar els resultats dels estudis de visitants a les empreses adherides al Club (exemple: estadístiques de visites).		
Seleccionar preferentment a empreses adherides al Club en accions formatives impartides per la Reserva de la Biosfera.		
Ofertir participació a les empreses adherides en activitats de la Reserva de la Biosfera (accions de conservació, restauració ambiental, voluntariat, educació ambiental, celebració d'esdeveniments, etc).		
Promocionar específicament les empreses del Club en equipaments d'ús públic de la Reserva de la Biosfera (punts d'informació) i en els materials (fulletons, guies).		
Realitzar una jornada de difusió sobre la Reserva de la Biosfera a l'any sobre qualsevol tema d'interès per a la Reserva.		
Liderar l'estructura de gestió del club a nivell local, conjuntament amb altres actors.		

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Requisits de les empreses d'allotjament per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

VARIABLE	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Requisits d'obertura	Estar registrat al Registre Oficial de Turisme de la seva Comunitat Autònoma	X	
Localització geogràfica	Llicència fiscal en municipis amb terrenys dins la Reserva de la Biosfera	X	
Sistemes de qualitat	Q de qualitat, ISO 9001, SICTED, MACT, Marques Autònòmiques o Clubs de producte autònòmics que incorporin requisits de qualitat i ambientals		X
Ubicació i accés	Senyalització de l'establiment en el propi edifici	X	
	Espai per a estacionament		X
	Accessible per a discapacitats		X
Sistema de contacte i reserves	Sistema d'atenció telefònica	X	
	Connexió a Internet		X
	Pagament amb targeta		X

	Personal amb idiomes		X
Personal	Formació contínua i adequada sobre turisme		X
Promoció i comercialització	Elements de promoció propis (web de l'establiment)		X
	Figurar en guies o espais web		X
	Material informatiu propi sobre el seu establiment (fulletó, targeta). En cas de no tenir-ne, substituir per la pròpia web	X	
	Participació a Esdeveniments relacionats amb la RB		X
Edifici o infraestructura	Elements decoratius relacionats amb la RB		X
	Edifici ben conservat i en bones condicions de neteja, interiors i exteriors		X
	L'edifici s'adequa a l'arquitectura popular de la RB		X
Espai comú per a informar-se sobre la RB	Espai Reserva de la Biosfera apte per a la lectura, biblioteca, vídeos		X
	Disposa de zona WiFi		X
Relació amb la seva Reserva de la Biosfera	Dóna informació sobre la RB als clients i sobre la comarca, el seu patrimoni i la seva oferta	X	
	El personal de l'establiment està format sobre la RB		X
Millores en el comportament mediambiental	Seguiment de consums (aigua, energia,...)	X	
	Aplica mesures d'estalvi d'aigua i d'eficiència energètica	X	
	Gestió de residus		X
	Té una política de compres verdes		X
	Dóna formació ambiental als treballadors		X
	Aplica sistemes de gestió mediambientals: EMAS, ISO 14001		X
	Té segells de sostenibilitat: CETS, RSC, ITR		X
	Marques de procedència territorials: Marca Parc Natural o similar		X
Comunicació	L'establiment comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor de la sostenibilitat (informació oral, escrita, al web, cartells)	X	
Ajuda al desenvolupament local	Contractació de personal local		X
	Compra de productes locals per a l'abastiment de l'establiment	X	
	Dóna informació sobre productes locals de la RB	X	
	Contribueix a projectes de conservació, restauració		X
	Ajuda a causes locals (donacions a ONGs, programes de voluntariat)		X
Associacionisme	L'empresari pertany a alguna		X

	associació turística		
Seguiment	Realitza el seguiment de les seves repercussions sobre el desenvolupament sostenible		X
	Realitza el seguiment dels seus clients i coopera en el seguiment de l'afluència de la RB	X	

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Requisits de les indústries agroalimentàries per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

VARIABLE	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Disponibilitat dels requisits d'obertura i funcionaments	Registre d'Indústries Agroalimentàries	X	
	Altes als epígrafs adequats a Hisenda	X	
	Donat d'alta com a centre de treball	X	
Obert al públic	És visitat en un horari concret	X	
Sistema de control de la qualitat del producte	Sistema d'inspecció certificada	X	
	Cenyit a la normativa que estableix qualsevol de les Denominacions d'Origen corresponents en el cas de trobar-se en alguna (val també la Identificacions Geogràfica Protegida)	X	
Qualitat ecològica certificada	Certificat de producció ecològica		X
Prevençió de riscos sanitaris	Recollida amb exposició mínima dels visitants a riscos		X
	Vestuari especial per als visitants		X
Prevençió d'accidents	Sistema certificat de Prevençió de Riscos Laborals	X	
	Sistema de prevençió d'accidents per a visitants		X (existència de terres antilliscants)
Sistemes de qualitat certificada	Qualitat ISO 9000		X
	Qualitat ISO 14000		X
Ubicació i accessos	Senyalització indicadora a l'establiment		X (senyalització visible a la façana d'accés)
	Espai d'aparcament per a visites		X
	Sistemes d'accés a l'establiment accessibles		X
Espai per a ús dels visitants	Es troba perfectament net	X	
	Disposa d'espai de rebuda		X
	Accés a serveis sanitaris		X
	Sistemes d'accés visual a diferents espais on es processa el producte		X
Sistemes de contacte, reserves i compra de productes	Adequat sistema d'atenció telefònica	X	
	Pàgina web		X
	Sistema de reserves a partir d'Internet		X
	Compta amb botiga		X
	Admet pagament amb targeta		X
	Personal amb idiomes		X
Servei de les visites	Model de rebuda de visitants sota un sistema preestablert		X
	Personal específic que tingui assignada	X	

	la funció de guia		
	Tipologia de personal assignat	Quantitat disponible	Quantitat disponible
	Nivell de formació sobre el guia de grups, interpretació		X
Promoció / Comercialització	Elements propis de la promoció		X
	Presència en guies o espais web aliens		X
	Placa identificativa de la presència al Club de Producte	X	
	Utilitza el recurs RB per a la promoció de les seves produccions		X
	Informació		X
Equipament	Existència d'elements decoratius relacionats amb la RB		X
	Espai específic per a activitats relacionades amb degustacions, tasts o cursos		X
Personal	Formació i coneixements específics sobre la RB		X
Comunicació	L'establiment comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor de la sostenibilitat (informació oral, escrita, al web, cartells)	X	

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Requisits de les botigues especialitzades per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

VARIABLE	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Disponibilitat dels requisits d'obertura i funcionament	L'empresa posseeix de llicència d'obertura	X	
	L'establiment disposa de les corresponents altes en els epígrafs d'Hisenda	X	
	L'establiment es troba donat d'alta com a centre de treball i els seus treballadors es troben sota les condicions laborals exigides per la normativa vigent	X	
	L'establiment compleix amb totes les normes higièniques i sanitàries de referència	X	
Localització geogràfica	L'establiment es troba situat als municipis que aporten terrenys a la RB	X	
Ubicació i accessos	Disposa d'accés rodat fins a l'establiment	X	X
	Disposa de senyalització indicadora		X
	Disposa d'espai d'aparcament		X
	Disposa de sistemes d'accés accessible per a discapacitats		X
Espais per als clients	Es troba perfectament net, en òptimes condicions de manteniment	X	
	L'espai de la botiga és ampli i còmode per als clients, amb bona climatització d'acord amb l'ús i les necessitats del producte		X
	La decoració de l'establiment és		

	adequada, homogènia i cuidada i té elements relacionats amb la RB		X
	La botiga es troba ben ventilada i no presenta olors desagradables		X
	Disposa de mesures ambientals		X estalvi energètic, d'aigua, tractament residus
Sistema de serveis i compra de productes	Compta amb un adequat sistema d'atenció telefònica	X	
	Admet pagament amb targeta		X
	Disposa d'un sistema d'entrega de productes a domicili		X
	Disposa d'un sistema de venda per Internet		X
	Disposa de capacitat per a envasar al buit		X
	Existeix personal que parla correctament dos o més idiomes		X
Personal	El personal té un nivell de formació sobre la RB i altres recursos de la zona (demostrable en hores de formació)		X
Promoció / Comercialització	L'establiment disposa d'elements de promoció propis		X
	L'establiment figura en guies o espais web aliens		X
	L'establiment forma part d'una xarxa de botigues especialitzades		X
	Ofereix tasts als seus clients	X	
	Facilita informació sobre els productes que ven: origen, recomanacions de conservació, gastronomia associada...		X
	A la botiga s'ofereixen productes complementaris		X
Imatge	Manté una placa identificadora de la seva presència al Club de Producte RBE	X	
	En la promoció, utilitza el recurs Reserva de la Biosfera		X
Generals	Disposa de material informatiu que facilita als clients sobre visites o activitats relacionades amb el Club Producte RB i dels seus establiments adherits		X Disposa de material imprès o el personal ho coneix
Associacionisme	L'empresari pertany a alguna associació turística		X
Comunicació	L'establiment comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor de la sostenibilitat (informació oral, escrita, al web, cartells)	X	
Seguiment	Realitza el seguiment de les seves		

	repercussions sobre el desenvolupament sostenible		X
	Realitza el seguiment dels seus clients i coopera en el seguiment de l'afluència de la RB		

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Requisits dels restaurants per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

VARIABLE	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Disponibilitat dels requisits d'obertura i funcionament necessaris	L'establiment es troba registrat com a restaurant dins la seva Comunitat Autònoma	X	
	L'establiment disposa de les corresponents altes als epígrafs d'Hisenda	X	
	L'establiment es troba donat d'alta com a centre de treball i els seus treballadors es troben sota les condicions laborals exigides per la normativa vigent	X	
Localització geogràfica	L'establiment es troba situat a un dels municipis inclosos a la RB	X	
Sistema de Q de Qualitat, MACT, SICTED	L'establiment es troba en possessió del certificat de Q de Qualitat o del Model d'Aproximació a la qualitat turística (MACT o SICTED)		X
Ubicació i accessos	Disposa d'accés rodat fins a l'establiment	X	
	Disposa de senyalització indicadora		X
	Disposa d'espai d'aparcament		X
	Disposa de sistemes d'accés accessible per a discapacitats		X
Espai per als clients	Es troba perfectament net, en òptimes condicions de manteniment	X	
	El menjador és ampli, ben ventilat i sense olors ni fums	X	
	Disposa d'espai de rebuda còmode i previ a l'accés al saló menjador		X
	La decoració de l'establiment és adequada, homogènia i cuidada		X
	Si disposa de bar, aquest es troba separat físicament del menjador		X
	Disposa de sistemes per a garantir el confort tèrmic a totes les estàncies del restaurant		X
	Pot acollir al menys 5 comensals amb gran discapacitat		X
	Disposa de terrassa adaptada al menjador		X
Gestió mediambiental	Disposa de mesures ambientals		X estalvi energètic, d'aigua, tractament residus
Serveis de contacte i	Compta amb un adequat sistema	X	

reserves	d'atenció telefònica		
	Admet pagament amb targeta		X
	La carta està disponible en castellà i, almenys en un altre idioma		X
	Existeix personal que parla correctament dos o més idiomes		X
Personal	El personal té un nivell de formació adequat per a la seva funció en el restaurant		X
	El personal disposa de formació i coneixements específics sobre la RB		X
Promoció / Comercialització	L'establiment disposa d'elements de promoció propis		X
	El logotip del Club Producto RB figura al material de promoció		X
	L'establiment figura en guies o espais web aliens		X
	Pertany a algun club de producte o disposa d'algun sistema de fidelització		X
Servei de restauració	El restaurant disposa de carta on s'hi inclouen els plats, els preus, el menú i la carta de vins	X	
	La carta inclou Productes locals, menú RB amb productes quilòmetre zero	X	
	A la carta trobem informació sobre productes d'agricultura ecològica		X
	Inclou receptes de gastronomia tradicional		X
	Es facilita informació verbal al client sobre els plats i les receptes		X
Imatge	Manté una placa identificadora de la seva presència al Club de Producte RB	X	
	En la promoció inclouen la imatge del Club Producto RB	X	
Generals	Disposa de material informatiu que facilita als clients sobre visites o activitats relacionades amb la RB		X
	Organitza o participa a esdeveniments relacionats amb la RB		X
Edifici	Existeixen elements decoratius relacionats amb la RB		X
	L'edifici s'adapta a l'arquitectura popular		X
Associacionisme	L'empresari pertany a alguna associació turística		X
Comunicació	L'establiment comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor de la sostenibilitat (informació oral, escrita, al web, cartells)	X	
Seguiment	Realitza el seguiment de les seves repercussions sobre el desenvolupament sostenible		X

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Requisits de les empreses d'activitats complementàries per al Club Producto Reservas de la Biosfera:

VARIABLE	REQUISIT	OBLIGATORI	RECOMANAT
Disponibilitat dels requisits d'obertura i funcionament necessaris	L'empresa té llicència d'obertura	X	
	L'establiment disposa de les corresponents altes als epígrafs d'Hisenda	X	
	Compleix la legislació autonòmica vigent d'aplicació a empreses d'activitats complementàries en cas d'existir	X	
Activitats de l'empresa	Compatibles amb l'estratègia de turisme sostenible i la normativa de protecció del territori aplicable	X	
	S'imposen limitacions de número de participants o limitacions temporals per a oferir activitats a llocs sensibles	X	
	Ofereix part de les seves activitats relacionades amb la descoberta de RB	X	
	Activitats amb possibilitat d'adaptació per a persones amb discapacitat		X
Seguretat de les activitats i material	Compta amb fitxes d'especificació tècniques per a cada activitat	X	
	Els materials que han de ser homologats per llei compleixen aquesta legislació	X	
	Tenen establerts uns criteris de qualitat per a la compra de materials per a les activitats	X	
	Materials revisats periòdicament	X	
Localització geogràfica de la realització de les activitats	En els municipis que formen la RB	X	
Sistemes de qualitat	Q de Qualitat, ISO 9001, SICTED, MACT, Marques Autonòmiques		X
Sistema de contacte i reserves	Sistema d'atenció telefònica	X	
	Connexió a Internet		X
	Pagament amb targeta		X
	Personal amb idiomes		X
Personal	Titulació exigida per la legislació vigent per al desenvolupament d'activitats complementàries de turisme	X	
	Formació adequada sobre el temps lliure, turisme, medi ambient i primers auxilis		X
Promoció / Comercialització	Elements de promoció propis (web de l'empresa)		X
	Presència en guies o espais web aliens		X
	Material informatiu propi sobre la seva empresa		X
	Esdeveniments relacionats amb la promoció		X
Infraestructura	Elements decoratius relacionats amb la RB	X	
	Espai condicionat per a la realització d'activitats amb els clients		X

Relació amb les Reserves de la Biosfera	Dóna informació sobre la RB als clients	X	
	L'empresari comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor del turisme sostenible	X	
	El personal de l'empresa està format en matèria de RB	X	
Millores en el comportament mediambiental	Realitza un seguiment del consum d'energia del seu establiment, vehicles...	X	
	Utilitza mitjans de transport de baix consum energètic	X	
	Gestió de residus		X
	Compres verdes		X
	Dóna informació ambiental als treballadors		X
	Sistemes de gestió ambientals: EMAS, ISO 14001		X
	Té sistemes de sostenibilitat: CETS, o altres de Responsabilitat Social Corporativa		X
	Marques de procedència territorial		X
Recolzament al desenvolupament local	Contractació de personal local	X	
	Compra de productes locals	X	
	Dóna informació sobre productes i establiments locals	X	
	Contribueix a projectes de conservació, restauració		X
	Recolza causes locals		X
	L'empresari pertany a alguna associació turística		X
Seguiment i comunicació de mesures adoptades	Realitza el seguiment de les seves repercussions sobre el desenvolupament sostenible		X
	Realitza el seguiment dels seus clients i coopera en el seguiment de l'afluència de la RB	X	
	L'establiment comunica als seus clients les mesures que està portant a terme a favor de la sostenibilitat (informació oral, escrita, al web, cartells)	X	

Font: Manual del Club Producto Turístico Reservas de la Biosfera Españolas 2011.

Instituto de Turismo Responsable (ITR) i Certificació Biosphere

Requisits per a la Certificació Biospher (no s'ha fet distinció entre els productes ja que la majoria dels criteris es repeteixen per a les diferents empreses a qui es dirigeix la certificació):

1. INSTRUMENTS PER A UNA POLÍTICA DE TURISME RESPONSABLE

1.1 Política de Turisme Responsable

L'establiment haurà de tenir documentada i traduïda a les llengües més habituals dels clients una Política de Turisme Responsable aprovada formalment per el màxim nivell directiu, i comunicada de forma permanent tant al personal com a les parts interessades externes. Aquesta política comprendrà els compromisos assumits en matèria de turisme, i en concret:

- Assumir els principis de la Carta Mundial de Turisme Sostenible.
- Compromís de prevenció d'impactes negatius de les instal·lacions i activitats, i maximització dels impactes positius.
- Compromís de millora contínua en tots els àmbits de la sostenibilitat: sociocultural, econòmic i

ambiental.

- Compromís amb la satisfacció del client intern i extern.

1.2 Pla d'Acció

La Direcció haurà de tenir elaborat, documentat i operatiu un Pla d'Acció basat en la Política de Turisme Responsable, que estableixi les prioritats i els objectius concrets a assolir per al compliment dels compromisos assumits. Aquest pla s'estructurarà:

- Enumeració prioritzada dels objectius que es pretenguin aconseguir, especificant el responsable del compliment.
- Descripció general dels mitjans previstos per a assolir els objectius i els terminis i mitjans fixats, no superiors a tres anys ja que després d'aquest temps caldrà analitzar-lo i revistar-lo, establint nous objectius de millora.
- Definició dels seguiments previstos sobre els objectius, per així controlar-ne el compliment i poder actuar en cas necessari.

1.3 Motivació i Formació del Personal

L'establiment haurà de mantenir que el seu personal estigui format i sensibilitzat entre els diferents aspectes de la sostenibilitat, per així garantir una implicació en el Sistema de Turisme Responsable

1.4 Màrqueting Responsable

Tots els missatges promocionals de l'establiment hauran de contenir informació veraç, clara i precisa sobre la qualitat ambiental i altres especificacions de sostenibilitat de l'establiment i del destí. Així mateix, la informació subministrada a través dels diferents canals haurà de ser transparent i completa, sense crear expectatives inassolibles o expressar de forma ambigua els diferents aspectes del compromís i l'oferta de l'establiment.

1.5 Requisits Legals i Reglamentaris

L'establiment haurà de garantir el coneixement constant dels requisits legals i reglamentaris aplicables en matèria de sostenibilitat, per a poder garantir el seu compliment. Per tant, haurà de mantenir un registre actualitzat en el que s'inclouguin tots ells, de forma clara i comprensible.

1.6 Accions Correctives

Cal que existeixi un procediment eficaç i constant per a l'establiment d'accions correctives quan aquestes siguin necessàries, per desviacions referents als compromisos adquirits en relació als principis de sostenibilitat, amb els objectius establerts o als requisits d'aquests estàndards.

2. CONSERVACIÓ I MILLORA DEL PATRIMONI CULTURAL

2.1 Integració a la Realitat Cultural del Destí

- L'establiment haurà de respectar les tipologies arquitectòniques locals en el disseny i construcció de les seves instal·lacions.
- L'establiment haurà d'incorporar en la mesura que sigui possible elements de decoració interior propis de la cultura i artesanía de la zona.

2.2 Participació en la Conservació dels Recursos Culturals

- Caldrà fomentar i protegir els recursos culturals locals, tangibles i intangibles, col·laborant en la seva conservació i pervivència amb les autoritats locals o associacions.
- No es vendran elements de valor arqueològic o històric, i aquests només seran exposats sota determinades garanties de protecció i compliments dels requisits legals aplicables.
- Es garanteix el respecte i protecció de la propietat intel·lectual de les comunitats locals.
- No s'impedeix l'accés de residents locals als elements de valor patrimonial, històric o arqueològic de què es disposi.

2.3 Foment del Coneixement per part dels Visitants

- Els establiments que ofereixin servei de restaurant o bufet amb aliments preparats a les pròpies cuines, hauran d'incloure la gastronomia local en la seva oferta. Si l'establiment compta amb restaurant atès, els cambrers hauran de ser coneixedors de la gastronomia local, i recomanar vins i plats locals disponibles al menú.
- Si l'establiment ofereix programes d'animació, hauran d'oferir-se activitats relacionades amb els recursos culturals del destí.
- Si l'establiment compta amb botigues de souvenirs, mercats, etc haurà de garantir la venda de productes locals en aquests.
- L'establiment haurà d'oferir informació completa i actualitzada sobre els principals recursos culturals de la zona, donant dades sobre horaris de visita, etc.

2.4 Rutes turístiques

- Les instal·lacions i elements físics que la ruta compregui hauran de respectar les tipologies arquitectòniques i estètiques locals.
- El gestor de la ruta haurà de potenciar el patrimoni cultural existent al llarg del trajecte, afavorint la seva conservació i fomentant la seva posada en valor per als visitants.
- Cal aportar al visitant la informació suficient per a què així pugui conèixer i valorar els recursos culturals tangibles i intangibles de la ruta, així com bones pràctiques de respecte i conservació.
- Cal incentivar la màxima integració cultural del visitant, aportant informació sobre costums i trets culturals locals existents.

3. DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I SOCIAL DEL DESTÍ

3.1 Foment del Desenvolupament Econòmic i Social de la Comunitat Local

- L'establiment haurà de garantir una actitud respectuosa i col·laborativa amb les comunitats locals, a través de les seves institucions, ONGs, comunitats de veïns, empreses, etc. establint canals de comunicació adequats.
- L'establiment haurà de col·laborar amb les administracions locals en els projectes de sostenibilitat que es promoguin, com per exemple l'Agenda 21 Local, certificació Biosphere Destination, etc.
- L'establiment haurà de portar a terme una política de compres responsable en la que prioritzi els proveïdors locals, productes de comerç just i d'origen sostenible.
- L'establiment haurà de col·laborar en activitats formatives amb els col·legis o centres formatius mitjançant el concert de visites, oferta de pràctiques laborals, etc.
- L'establiment haurà de fomentar les contractacions dels residents locals, també per a llocs de treball de responsabilitat.
- L'establiment haurà de col·laborar en campanyes per a fins socials, com donacions, bancs d'aliments, etc.
- L'establiment no comprometrà el normal desenvolupament dels serveis locals (sanitaris, neteja, o d'altres tipus).

3.2 Actitud Responsable amb els Treballadors

- L'establiment haurà de garantir que les retribucions als seus treballadors són suficients per al manteniment d'una vida digna.
- L'establiment haurà de contractar o promocional al seu personal sense tenir en compte la seva raça o el seu gènere.
- L'establiment desenvoluparà accions de captació i formació contínua del personal, en relació a les activitats que realitzin en els seus llocs de treball.
- L'establiment haurà d'aplicar mesures per a la conciliació de la vida laboral i familiar dels treballadors.
- En cap cas es contractarà persones menors d'edat de forma directa ni indirecta.
- L'establiment haurà de garantir la prevenció dels riscos laborals, aplicant la legislació corresponent quan existeixi. En cas de no existir, l'establiment haurà de garantir la seguretat dels seus treballadors basant-se en les disposicions internacionals de la OIT.
- L'establiment haurà de fomentar la contractació de treballadors amb discapacitat.

3.3 Rutes turístiques

- El gestor de la ruta turística ha de comunicar als visitants els productes i serveis vinculats a l'activitat turística existent al llarg de la ruta, potenciant així la interacció i maximització de l'activitat econòmica.
- El gestor de la ruta ha de potenciar l'autenticitat i representativitat dels productes i serveis que s'ofereixen al llarg del traçat de la ruta.
- El gestor de la ruta haurà de maximitzar els llocs de treball i la iniciativa empresarial local en aquelles activitats de la ruta sobre les que es pugui exercir influència.
- El gestor de la ruta haurà d'incentivar la realització d'activitats de formació i sensibilització pels actors implicats en l'escenari de la ruta, per així afavorir una recepció adequada al bon desenvolupament de l'activitat turística.

4. CONSERVACIÓ AMBIENTAL

4.1 Protecció del Paisatge

- Caldrà comprovar que ni l'establiment ni les seves instal·lacions exteriors causin impactes en el paisatge.

- Tampoc hauran de causar impacte els elements exteriors referents a cartells o senyalització.
- Els jardins hauran de caracteritzar-se per flora i fauna autòctona de la zona.
- Per a les reformes i ampliacions, l'establiment haurà de contemplar que els següents elements de l'edificació no causin impacte en el paisatge: situació, forma, altura, color de l'edificació i materials per al recobriment de les façanes.

4.2 Protecció de la Biodiversitat

- Des de la fase de disseny fins la fase d'explotació, l'empresa minimitza i compensa la seva afectació a la biodiversitat, mitjançant una gestió adequada dels seus impactes ambientals.
- No es mantenen espècies salvatges en captivitat llevat que estigui autoritzat a fer-ho, i es garanteixin unes condicions adequades per a la seva cura.
- S'evita en tot cas el risc d'introducció d'espècies potencialment invasores, prioritzant les espècies locals per als jardins i zones naturals.

4.3 Protecció del Sòl

- L'establiment ha de protegir la qualitat del sòl, realitzant una correcta cobertura del terreny o establint mesures de protecció en aquells llocs on es puguin produir contaminacions.
- Els emmagatzematges de combustible hauran de garantir el seu correcte estat de conservació. Caldrà que estiguin legalitzats, quan sigui aplicable.

4.4 Gestió i Control de l'Energia

- La construcció, disseny i reforma ha de ser concebuda des dels principis de la sostenibilitat, aplicant les millors tecnologies disponibles i viables per a l'ús d'energies alternatives, l'eficiència energètica i l'estalvi.
- L'establiment haurà de tenir actualitzat i operatiu un sistema que permeti registrar, controlar, mesurar i interpretar les dades relacionades amb els consums energètics, com a element bàsic d'un sistema de millora de la gestió energètica.
- L'establiment haurà d'implantar pràctiques d'estalvi generals. Cal que existeixin pautes escrites en aquest aspecte.
- L'establiment haurà de garantir l'adquisició d'equips de màxima eficiència energètica.
- L'establiment haurà de minimitzar les pèrdues energètiques dels equips, a través d'aïllaments apropiats, separació entre zones calentes i fredes i manteniment adequats.
- L'establiment haurà d'implantar mecanismes per a facilitar als clients l'estalvi energètic de les unitats d'allotjament.
- L'establiment no podrà comprometre la capacitat energètica locals amb la seva activitat.

4.5 Gestió i Control de l'Aigua

- La construcció, disseny i reforma ha de ser concebuda des dels principis de la sostenibilitat, aplicant les millors tecnologies disponibles i viables per a l'obtenció d'aigua, per a l'eficiència hídrica i l'estalvi.
- L'establiment haurà de tenir actualitzat i operatiu un sistema que permeti registrar, controlar, mesurar i interpretar les dades relacionades amb els consums d'aigua, com a element bàsic d'un sistema de millora de la gestió hídrica.
- L'establiment haurà d'implantar pràctiques d'estalvi generals. Cal que existeixin pautes escrites en aquest aspecte.
- L'establiment haurà de garantir un màxim estalvi d'aigua, mitjançant la minimització de cisternes, ús d'aixetes i dutxes de baix consum o sensors en àrees comunes.
- L'establiment haurà de reutilitzar l'aigua residual per al reg, quan sigui possible i mantenint les condicions de salubritat adequades.
- L'establiment haurà de comptar, en tot cas, amb l'autorització administrativa corresponent per a tots els seus abocaments.
- Cal evitar l'abocament de substàncies contaminants als desaigües, existint indicacions al respecte en els punts crítics i disposant de mesures preventives.
- L'establiment haurà d'instal·lar separadors d'olis i grasses a les cuines, per evitar que les restes d'oli surtin a l'abocament.
- L'establiment no podrà comprometre els recursos hídrics locals disponibles amb la seva activitat.

4.6 Gestió i Control dels Residus

- Cal que s'implantïn pràctiques generals de minimització dels residus i instruccions sobre la correcta gestió interna dels mateixos. Caldrà que existeixin pautes documentades al respecte.
- Cal optar sempre pel consum de productes envasats en envasos retornables.
- L'establiment haurà de tenir implantat i operatiu un sistema que asseguri la segregació dels residus, accessible al client, i l'entrega posterior a un gestor autoritzat.
- La disposició final de l'establiment, prèvia a la recollida externa, haurà de complir els requisits següents: trobar-se emmagatzemats per separat en un lloc protegit i en contenidors resistents, segurs i degudament senyalitzats per a cada tipus de residu; disposar de la instal·lació i la ubicació precisa per a què no molesti als clients ni als veïns; disposar de mesures per evitar riscos accidentals i per mantenir controlat l'accés.

4.7 Gestió i Control dels Consums de Productes i Serveis

- Cap dels productes que adquireixi l'establiment podran procedir d'espècies considerades com amenaçants o en perill d'extinció per convenis internacionals, o protegides per normes legals d'aplicació al territori on està ubicat l'establiment.
- Caldrà minimitzar el consum de productes químics i garantir la seva màxima compatibilitat ambiental. Caldrà disposar de fitxes de seguretat per a tenir un coneixement complet del producte i els responsables de la utilització hauran de comptar amb formació adequada per al seu ús.
- Caldrà maximitzar el consum de paper reciclat i implantar bones pràctiques com la utilització del paper per les dues cares, l'ús del correu electrònic, etc. En cap cas es podrà utilitzar paper que hagi estat blanquejat amb clor.
- Caldrà efectuar un control, mediació i seguiment de les quantitats consumides d'aquells productes de major impacte ambiental: paper, fusta, productes químics, etc.
- Caldrà garantir que la fusta que s'obtingui estigui certificada per a poder garantir una procedència compatible amb els principis de la sostenibilitat.
- Caldrà prioritzar aquells proveïdors/subcontractistes que segueixin bones pràctiques en matèria de sostenibilitat, tant en aspectes relacionats amb els productes com amb els processos, i comunicar aquest fet a tots ells.

4.8 Gestió i Control de les Emissions Atmosfèriques

- Els extintors, equips frigorífics i d'aire condicionat de l'establiment hauran d'utilitzar propel·lents i refrigerants que no malmetin la capa d'ozó.
- Els equips, vehicles i calderes amb emissions hauran de comptar amb un pla de manteniment que garanteixi el seu correcte funcionament i control d'emissions.
- L'ús de carbó, fuel d'alt contingut en sofre (superior a 0,2%), llenya provinent de jaciments forestals afectats per la desertització, protegits o no autoritzats, residus oleaginosos orgànics o sintètics provinents d'altres usos industrials, o qualsevol tipus de combustibles escàs o perillós, es consideren com a usos absolutament incompatibles amb el compliment d'aquest requisit.
- Quan s'utilitzin combustibles fòssils, caldrà prioritzar aquells menys contaminants: metà millor que propà, propà millor que gasoil, etc.
- L'establiment realitzarà la mediació, control i seguiment de les emissions de gasos efecte hivernacle, tenint com a objectiu últim aconseguir la neutralitat climàtica.

4.9 Gestió i Control de la Contaminació Acústica

- L'establiment haurà de garantir la minimització de les emissions de soroll procedent d'equips i maquinaria, mitjançant el manteniment i aïllament adequats.
- L'establiment haurà de vetllar pel manteniment dels seus nivells apropiats de soroll en tots els àmbits, mitjançant l'adopció de bones pràctiques orientades al personal i clients, establint períodes de silenci, limitadors en televisions i telèfons, etc.

4.10 Gestió i Control de la Contaminació Lumínica

- Caldrà evitar la sobre il·luminació per a minimitzar la contaminació lumínica, en relació a la quantitat i temps d'il·luminació.
- Caldrà utilitzar il·luminació que maximitzi l'eficiència de l'enllumenat i minimitzi la contaminació resultant, evitant aquelles que emetin llum cap al cel o sobre l'horitzó.
- Caldrà seleccionar aquelles làmpades amb un aspecte lluminós òptim per a la sensibilitat visual, evitant en el possible aquelles de "llum blanca" o ampli espectre.

4.11 Fertilitzants i Productes Fitosanitaris

- El personal encarregat de la manipulació o aplicació de productes fitosanitaris haurà d'haver superat la formació corresponent que determini la legislació vigent.
- El camp de golf haurà d'assegurar el compliment de la normativa respecte a productes fitosanitaris utilitzats.
- Els plaguicides hauran de tenir la toxicitat i persistència més baixa possible.
- Els compostos hauran de ser d'alliberació lenta.
- El camp de golf haurà de disposar de directrius desenvolupades i instruccions per als departaments que gestionin productes fitosanitaris, relatius a l'ús d'aquests productes conforme a criteris encaminats a minimitzar el seu ús. Aquestes directrius s'han de plasmar per escrit i ser comunicades als treballadors.

4.12 Rutes turístiques

- El gestor de la ruta ha de garantir el mínim impacte paisatgístic de les instal·lacions i elements de la ruta.
- El gestor de la ruta ha de posar els mitjans necessaris per a minimitzar l'impacte dels residus en el medi pel qual la ruta discorre, ubicant els contenidors adequats i els senyalitzacions oportunes al respecte. També haurà de garantir una adequada retirada d'aquests residus.
- A les instal·lacions de la ruta i als establiments sobre els quals es pugui exercir influència, caldrà garantir una adequada segregació i gestió dels residus.
- A les instal·lacions de la ruta i als establiments sobre els quals es pugui exercir influència, caldrà maximitzar l'eficiència de l'ús de l'aigua i garantir una adequada gestió dels abocaments.
- Les maquinaries, vehicles i equips que s'utilitzin hauran de controlar les seves emissions.

5. SATISFACCIÓ DELS CLIENTS I IMPLICACIÓ EN EL SISTEMA DE TURISME RESPONSABLE

5.1 Qualitat en el Servei al Client

- El personal haurà de disposar de pràctiques de comportament amb el client, de reserves, d'aspecte, protocols d'atenció, etc.
- Caldrà establir instruccions de treball que garanteixin la neteja i el manteniment de totes les instal·lacions.
- Haurà d'existir un sistema de mesura de la satisfacció dels clients, que inclogui també qüestions sobre la seva percepció de la gestió de la sostenibilitat per part de l'establiment.
- La direcció de l'establiment haurà de mantenir al dia un sistema receptor dels suggeriments i queixes. Caldrà evidenciar que es dona resposta a totes elles.
- Es comunicarà als clients la possibilitat de que aquests suggeriments puguin ser dirigits a l'Institut de Turisme Responsable.

5.2 Seguretat del Client

- L'establiment haurà de garantir l'estricta compliment en matèria de seguretat en temes referents a la instal·lació elèctrica, instal·lació contra incendis i legislació higiènica i sanitària de les seves instal·lacions.
- L'establiment haurà de garantir l'existència de plans d'emergència davant situacions anòmales, orientades a la protecció dels clients.
- Totes les activitats ofertes pel propi establiment hauran de complir amb els mesures aplicables en matèria de seguretat, segons els requisits legals i reglamentaris exigits, així com monitors i personal responsable format. Si no existeix legislació de referència al país es prendran com a referents normes i criteris internacionals.
- L'establiment haurà de garantir els requisits d'higiene i seguretat alimentaria necessaris en funció de les disposicions legals, quan existeixin. Si no existeixen, caldrà poder demostrar que es garanteixen aquests requisits en base a pautes de referència comunament acceptades.
- En aquelles instal·lacions que utilitzin aigua i produeixin aerosols que puguin ser susceptibles de convertir-se en focus de proliferació i dispersió d'organismes patògens nocius per a la salut humana, caldrà portar a terme programes de manteniment periòdic, controlar la qualitat microbiòtica i fisicoquímica de l'aigua. Aquests programes inclouran com a mínim la neteja i, si cal, la desinfecció de la instal·lació.
- Els establiments que s'auto abasteixin d'aigua per al consum humà hauran de garantir la potabilitat de la mateixa.

5.3 Actitud Responsable del Client a l'establiment

- L'establiment haurà de sol·licitar als clients la seva col·laboració en aspectes com l'estalvi energètic, d'aigua, producció de sorolls i altres molèsties i gestió de residus mitjançant avisos que: estiguin ubicats a les àrees comunes i habitacions i n'hi ha, redactats en les llengües més habituals dels clients, que facin explícita la sol·licitud de col·laboració explicant el perquè i el per a què de les conductes sol·licitades i que descriuiguen comportaments recomanats.

5.4 Serveis d'Informació i Conscienciació cap al destí

- L'establiment haurà de disposar d'un servei d'informació als clients que permeti subministrar els elements bàsics per a afavorir una actitud de respecte sobre el destí: aspectes ambientals, culturals, així com les pautes de comportament que orientin sobre la conservació i l'ús sostenible. Caldrà que estigui escrita en els idiomes de la clientela. Podrà estar sota fulls informatius, fulletons o material equivalent. S'informarà sobre: excursions, rutes, activitats, actes, recursos turístics, paisatge, flora, fauna, aspectes ecològics, criteris de conservació i bones pràctiques pels visitants, costums, productes artesanals i gastronomia local.
- La informació haurà de cenyir-se als següents criteris: estimular la visita de zones infra utilitzades, no podrà incloure dades sobre oferta d'activitats turístiques que causin impactes ambientals negatius o siguin poc sensibles amb la cultural local, no podrà fer publicitat activitats esportives o d'oci que atemptin contra la diversitat biològica, haurà d'incloure aspectes de sensibilització.
- En la informació sobre serveis de transport caldrà prioritzar el criteri de baix impacte: l'establiment podrà informar als seus clients sobre lloguer de bicis, rutes pedestres i els avantatges d'aquests mitjans enfront els transports més agressius. Caldrà informar també dels transports col·lectius existents.
- L'establiment inclourà informació sobre rutes que atemptin menys contra els espais naturals i sobre els perímetres de protecció en centres i llocs històrics que puguin patir degradació a causa de transports impactants.

5.5 Accessibilitat Universal

- Les instal·lacions del complex han de garantir unes condicions bàsiques d'accessibilitat i no discriminació de les persones amb discapacitat per a l'accés en la utilització de les mateixes: banys adaptats, zones comunes adaptades, etc.

Font: Instituto de Turismo Responsable 2013.

Green Globe

A. DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE

A.1 Implementar un sistema de direcció sostenible

- El negoci ha implementat un sistema de direcció sostenible a llarg termini que s'ajusta a la seva realitat i escala, i al seu torn, considera aspectes ambientals, socioculturals, de qualitat, salut i seguretat.

A.2 Conformitats Legals

- El negoci està en conformitat amb tota la legislació i les regulacions internacionals.

A.3 Capacitat dels Treballadors

- Tot el personal rep informació periòdica depenent de la seva funció, en relació a les pràctiques ambientals, socioculturals, de salut i seguretat.

A.4 Satisfacció del Client

- Es mesura la satisfacció del client i es prenen mesures correctives quan és apropiat.

A.5 Precisió del Material Promocional

- Els materials promocionals són precisos i complets i no prometen aspectes que el negoci no pot brindar als clients.

A.6 Zonificació local, Disseny i Construcció

- Es compleix amb l'adquisició local de terres, la legislació sobre els drets de les terres i els requeriments per a la zonificació local i les àrees protegides i de patrimoni.
- S'utilitzen els principis localment adequats de construcció i disseny respectant els entorns.

A.7 Interpretació

- Es promou informació als clients sobre la interpretació de l'entorn, la cultura local i el patrimoni, explicant el comportament apropiat mentre que es visiten àrees naturals, cultures

vivents i llocs de patrimoni cultural.

A.8 Estratègia de Comunicació

- El negoci ha implementat una estratègia de comunicació comprensiva per a informar als visitants i hostes de les polítiques, programes i iniciatives de sostenibilitat.

A.9 Salut i Seguretat

- El negoci assegura la conformitat amb totes les mesures de salut i seguretat per a garantir el benestar dels seus clients, treballadors i població local.

B. SOCIOECONÒMIC

B.1 Desenvolupament Comunitari

- El negoci recolza activament iniciatives per al desenvolupament social i d'infraestructura comunitària, incloent, entre altres, educació, salut i sanejament.

B.2 Ocupació Local

- Es contracta als residents locals, incloent els llocs de treball de directius.

B.3 Comerç Just

- El negoci compra béns i serveis locals i de comerç just quan és possible.

B.4 Recolzament Local a Empresaris

- El negoci ofereix mitjans per a què els petits empresaris locals desenvolupin i venguin productes sostenibles que estiguin basats en la natura, històrica i cultura de l'àrea.

B.5 Respecte a les Comunitats Locals

- S'ha desenvolupat un codi de Conducta per a les activitats dins les comunitats locals, amb el consentiment i la col·laboració de la comunitat.

B.6 Explotació

- El negoci ha implementat una política contra l'explotació comercial, particularment d'adolescents i nens, incloent l'explotació sexual.

B.7 Contractació Equitativa

- El negoci és equitatiu amb la contractació de dones i minories locals, incloent les posicions directives i restringeix el treball infantil.

B.8 Protecció dels Treballadors

- Es respecta la protecció legal, nacional i internacional dels treballadors i se'ls paga un salari digne.

B.9 Serveis Bàsics

- Les activitats del negoci no comprometen la provisió de serveis bàsics com aigua, energia i sanejament a les comunitats veïnes.

C. PATRIMONI CULTURAL

C.1 Codi de Comportament

- El negoci segueix les guies establertes i codis de comportament per a les visites a llocs sensibles històrics i culturals, amb la finalitat de minimitzar els impactes del visitant i augmentar el gaudi d'aquests.

C.2 Artefactes històrics

- Els artefactes històrics i arqueològics no es vendran, no són objecte de comercialització ni de mostra, a menys que sigui permès per llei.

C.3 Protecció d'Àrees

- Els negocis contribueixen a la protecció de les àrees i propietats històriques locals, arqueològiques, culturals i espiritualment importants, sense impedir l'accés als residents locals a aquestes zones.

C.4 Incorporació de la Cultura

- Els negocis utilitzen elements de l'artesania local en les seves operacions, el disseny, la decoració, els aliments o les compres, mentre respecten els drets de propietat intel·lectual de les comunitats locals.

D. AMBIENTAL

D.1 Conservació dels Recursos

- La política de compres afavoreix als productes ambientalment amigables per als materials de construcció, béns de capital, aliments i consumibles.
- Es mesura la compra de béns combustibles i de rebuig i es busca la forma de reduir-ne el seu ús.
- El consum d'energia ha de ser mesurat, cal indicar-ne les fonts i s'han d'adoptar mesures per

disminuir el seu consum, mentre es fomenta l'ús d'energies renovables.

- El consum d'aigua ha de ser mesurat, cal indicar-ne les fonts i s'han d'adoptar mesures per disminuir el consum total.

D.2 Reducció de la Contaminació

- Es controlen i mesuren les emissions de gasos d'efecte hivernacle de totes les fonts del negoci i s'implementen procediments per a reduir-los i compensar-los com a mitjà per a minimitzar el canvi climàtic.
- Les aigües residuals, incloent les aigües grises, són tractades efectivament i reutilitzades quan sigui possible.
- S'implementa un pla de gestió de residus, amb finalitats quantitatives per a minimitzar allò que no és reutilitzable o reciclat.
- Existeix una estratègia comprensiva de reutilització per a disminuir els residus.
- Existeix una estratègia de reciclatge comprensiva per a reduir els residus.
- Es minimitza l'ús de substàncies perilloses, incloent pesticides, pintures, desinfectants de piscines i materials de neteja, i es substitueixen quan és possible per productes inòculs. Tot ús químic és tractat apropiadament.
- El negoci implementa pràctiques per a reduir la contaminació per soroll, llum, passes, erosió, compostos que impacten sobre la capa d'ozó i els contaminants de l'aire i el sòl.

D.3 Conservació de la Biodiversitat, els Ecosistemes i Paisatges

- Les espècies silvestres només seran plantades al medi natural, consumides, exhibides, venudes o comercialitzades internacionalment, com a part d'una activitat regulada que assegura que la seva utilització és sostenible.
- No es mantenen espècies de vida silvestre captives, excepte per a aquelles activitats regulades apropiadament.
- El negoci utilitza espècies natives per al paisatgisme i restauració, també pren mesures per evitar la introducció d'espècies invasores.
- El negoci contribueix a recolzar la conservació de la biodiversitat, incloent el recolzament a les àrees naturals protegides i àrees de gran valor per a la biodiversitat.
- Les interaccions amb la vida silvestre no poden produir efectes adversos a la viabilitat de les poblacions al medi silvestre. Qualsevol disturbi dels ecosistemes es minimitzat, rehabilitat i hi ha una contribució compensatòria per a la gestió de la conservació.

Font: Green Globe Certification 2013.

PAN Parks

PRINCIPI 1: VALORS NATURALS

1.1 L'àrea es troba degudament protegida mitjançant un acte aplicat o decret, o una iniciativa privada.

1.2 L'àrea es troba legalment protegida per mitjà d'un acte o un decret.

- L'àrea protegida disposa d'un factor important per a la conservació de la diversitat biològica i conté exemples excel·lents d'ecosistemes naturals a Europa.
- L'àrea protegida és reconeguda internacionalment i conté d'espècies o hàbitats protegits internacionalment.
- L'àrea protegida conté espais de la Xarxa Natura 2000.
- L'àrea protegida conté diferents tipus d'hàbitats i processos ecològics, representant així un bon exemple d'ecosistemes naturals a la regió.
- Es disposa d'una breu descripció i mapa dels tipus d'ecosistemes, el seu estat, la distribució i l'àrea en hectàrees i percentatges.

1.3 L'extensió mínima de l'àrea protegida és 20.000 hectàrees.

- L'àrea protegida és suficientment gran i la seva composició assegura la conservació d'ecosistemes internacionalment importants.
- Hi ha informació sobre si l'extensió de l'àrea protegida ha canviat al llarg del temps.

PRINCIPI 2: GESTIÓ DE L'ESPAI

2.1 El disseny de l'àrea protegida pretén mantenir els valors ecològics naturals.

- La prioritat dels objectius de la gestió és mantenir els valors ecològics naturals.
- El disseny de l'àrea protegida permet que es preservin i mantinguin tots els valors ecològics naturals.

- És evident la connexió biològica dins l'àrea protegida, amb zones adjacents o altres àrees protegides.

2.2 Es compleixen degudament les regulacions de l'àrea protegida

- La direcció de l'àrea protegida té definides unes normes i pot aturar certes activitats que vagin en contra la conservació de la zona.
- La direcció de l'àrea protegida disposa dels deures i funcions de tots els agents responsables dins de la zona.

2.3 L'àrea protegida té una estratègia a llarg termini que és activament implementada amb un Pla d'Acció.

- Hi ha una estratègia de conservació implementada referent a la natura, els visitants, l'administració i la gestió del màrqueting.
- L'estratègia de conservació és desenvolupada a través d'un pla d'acció que inclou precedents a revisar i la participació de diferents actors en cada pas. Aquest pla és comunicat a diferents target groups i intenta assolir fonts de finançament.
- Hi ha aliances entre la direcció de l'àrea protegida, la gestió de visitants i l'estratègia nacional o regional de desenvolupament sostenible del turisme.
- L'estratègia de conservació té objectius a curt i llarg termini.
- Un objectiu de l'estratègia de conservació és mantenir a llarg termini els processos ecològics i la diversitat biològica.
- L'estratègia de conservació inclou programes de recerca dissenyats per millorar el coneixement de l'àrea protegida i la contribució en la gestió de la zona
- L'estratègia de conservació inclou programes dissenyats per afavorir els beneficis socials, culturals i econòmics de les comunitats de dins l'àrea protegida.
- L'estratègia de conservació es basa en una adequada valoració, que inclou dades abiòtiques i biòtiques i una avaluació de les activitats humanes del passat i el present i dels seus impactes.
- L'estratègia de conservació engloba la necessitat de gestionar l'àrea protegida i el seu òrgan directiu està fortament fundat.
- L'estratègia de conservació està adreçat a les amenaces externes i internes futures i a les pressions de l'àrea protegida.
- L'estratègia de conservació s'implementa amb èxit incloent estudis de recerca i activitats de monitoratge, prevenció de riscos i atenuació, i restauració.
- La implementació del pla anual i l'efectivitat de la gestió local són regularment controlats, permetent així actualitzar el pla.

2.4 L'àrea protegida fa ús de la zonificació o algun altre sistema que permet la conservació estratègica.

- Hi ha un sistema de zonificació que assegura la protecció efectiva de l'àrea.
- La zonificació està basada en un mètode clar de demarcació de fronteres, al voltant de l'àrea protegida i entre diverses zones.
- La zonificació permet fer compatibles les activitats humanes amb l'estratègia de conservació.

2.5 L'àrea protegida té un ecosistema salvatge (zona d'especial conservació) impossible de fragmentar de com a mínim 10.000 hectàrees on no es permet a la població realitzar-hi cap activitat. Només el personal de la gestió de la zona hi està autoritzat per motius de manteniment o recerca.

- L'àrea protegida té un ecosistema salvatge impossible de fragmentar de com a mínim 10.000 hectàrees que conté tipus importants d'hàbitats i processos ecològics, i representa el valor natural més ben conservat de l'àrea protegida.
- El pla de la gestió de l'àrea protegida inclou una estratègia clara i a llarg termini per a la planificació de l'àrea salvaguardada.
- No es causen danys sobre els processos ecològics de l'àrea protegida.
- El pla inclou una descripció de les activitats humanes permeses dins aquesta regió.
- Totes les activitats humanes són permeses fora d'aquesta àrea mentre no entrin en conflicte amb l'estratègia de conservació de la zona natural protegida.

2.6 Si no existeix la zonificació de l'àrea protegida, la gestió de l'espai assegurarà el manteniment de processos ecològics.

- Dins de l'àrea protegida no falla cap procés ecològic, qualsevol mesura de restauració

està ja essent planificada.

- La direcció de l'àrea protegida assegura la preservació a llarg termini dels processos ecològics.
- Qualsevol activitat humana permesa dins de l'àrea protegida no estarà en desacord amb els objectius de conservació de la natura.
- Hi ha esforços preparats per a introduir un sistema de zonificació amb un clar calendari.

2.7 Les activitats a l'àrea que envolta l'àrea protegida com la zona d'especial conservació no van en contra els objectius de conservació d'aquestes àrees.

- Hi ha una àrea de separació dins o al voltant de l'àrea protegida.
- Hi ha una connexió adequada entre l'àrea protegida i les àrees tranquil·les fora de l'àrea protegida que no afecta als objectius de conservació.

2.8 El sistema de direcció de l'àrea protegida posa especial atenció a les espècies i hàbitats amenaçats i en perill d'extinció.

- El pla de direcció i altres òrgans proporcionen la informació sobre espècies i hàbitats amenaçats i en perill d'extinció de l'àrea protegida.
- Hi ha mesures portades a terme per la direcció per a mitigar les principals amenaces a les espècies abans mencionades, amb especial interès sobre les activitats humanes.
- S'implementen projectes d'introducció i reintroducció d'espècies.
- Es coneixen les espècies invasores de l'àrea protegida i sobre els seus impactes, i s'intenten prendre mesures al respecte.
- Hi ha un pla de restauració d'espècies o hàbitats, d'acord amb els valors de conservació. La posada en pràctica de projectes de restauració i els seus impactes es supervisa amb regularitat.

2.9 El pla de natura inclou programes de formació per als treballadors i altres agents involucrats amb les espècies, els processos ecològics i la biodiversitat.

- El Parc disposa d'un programa de formació pels treballadors i altres agents involucrats en la gestió de la natura.
- El programa és sistemàticament revisat.

2.10 En el cas de dues o més àrees protegides adjacents dins o fora dels límits, s'assegura la cooperació en la gestió dels espais.

- Les connexions geogràfiques de l'àrea protegida amb l'àrea adjacent protegida són conegudes.
- Hi ha cooperació entre les àrees protegides adjacents.

PRINCIPI 3: GESTIÓ DELS VISITANTS

3.1 L'àrea protegida disposa d'un pla de gestió dels visitants que salvaguarda els valors naturals i és activament implementat. Es supervisa i assessora regularment, així com s'actualitza o es modifica.

- Hi ha un pla de gestió dels visitants resultat del procés de planificació que inclou la participació de diferents agents i un procediment per a la seva revisió i aprovació.
- El pla té objectius a curt i a llarg termini i és comunicat a diferents target groups i té fonts de finançament.
- L'estratègia de gestió dels visitants pretén evitar o limitar els impactes negatius dels visitants sobre els valors naturals i els processos ecològics. Això es basa en el càlcul dels límits de capacitat de càrrega acceptables.
- Hi ha diferents zones d'accés per als visitants.
- Són revisats els efectes d'aplicació del pla.

3.2 El pla de gestió dels visitants ofereix a aquests un ampli ventall de serveis de qualitat, facilitat i activitats basades en l'apreciació de la natura

- El pla de gestió dels visitants condueix a una gama d'activitats qualificades, serveis i instal·lacions.
- Els punts d'informació als visitants tenen objectius clars i una política. Són regularment oberts i accessibles a diferents punts de la zona.
- Els visitants tenen oportunitats per observar i experimentar la flora i la fauna i altres aspectes naturals de l'àrea protegida.
- Hi ha un estudi sobre el nombre i el tipus de visitant, les activitats que realitzen, els nivells de satisfacció. Aquest fet també estima les futures tendències en nombre i tipologia de visitant.

- A partir de la satisfacció dels visitants, la qualitat de les activitats, dels serveis i de les instal·lacions s'intenta millorar.
- Hi ha convenis amb agents turístics i organismes per al desenvolupament d'experiències a la natura.
- Els reglaments de seguretat que concerneixen activitats es compleixen, es supervisen i s'actualitzen.

3.3 La gestió dels visitants crea un coneixement i un suport en els objectius de conservació de l'àrea protegida.

- Cal emetre els objectius de conservació de l'àrea protegida a través de les diferents tipologies de visitants.
- Es comunica quin ha de ser el codi de conducta dels visitants, especificant per a quines visites un guia qualificat és requerit.
- L'àrea protegida té un pla de màrqueting i comunicació que s'implementa amb èxit, en concordança amb el màrqueting de les regions properes.

3.4 El pla de gestió dels visitants inclou programes de formació dels treballadors i altres agents que interactuen amb els visitants.

- Els programes de formació s'adrecen a treballadors i altres agents d'empreses d'activitats, serveis i facilitats als visitants.
- El pla especifica els objectius, els target groups, mètodes i calendari.
- Els aspectes apresos del personal són avaluats i els resultats supervisats en una base de dades.

PRINCIPI 4:

4.1 Un grup local es crea a l'àrea Pan Parks i assumeix la responsabilitat de formular, posar en pràctica i supervisar una Estratègia de Desenvolupament de Turisme Sostenible (EDTS) i per a verificar socis (partners). Els actors i potencials partners de Pan Parks confirmen el seu recolzament i compromís als objectius de conservació de l'àrea protegida i a la Fundació Pan Parks.

- El Grup Local Pan Parks (GLPP) assumeix la seva responsabilitat de formular, posar en pràctica i supervisar una EDTS i verificar els socis del propi Pan Parks.
- El GLPP acorda portar a terme un procés de decisió i discussió (regles de procediment).
- El GLPP identifica i especifica els estàndards nacionals i internacionals per als socis. Aquests estàndards de qualitat pel turisme i els proveïdors preveu una experiència autèntica i un alt nivell de gestió.
- El GLPP acorda les normes de com executar la verificació i supervisió dels socis.
- El GLPP ha establert una llista dels membres presents i potencials i dels socis potencials de la regió protegida Pan Parks.

4.2 EL Grup Local Pan Parks (GLPP) formula i aprova una Estratègia de Desenvolupament de Turisme Sostenible (EDTS) per a la regió Pan Parks.

- La regió Pan Parks té una EDTS que respecta els objectius de conservació de la zona Pan Parks i vol augmentar la qualitat dels productes turístics i la qualitat de l'experiència dels visitants. L'EDTS ha de contenir:
 - Una visió amb uns objectius i uns públics a llarg i curt termini que inclouen objectius relacionats amb el medi ambient.
 - Una descripció de la regió Pan Parks i el seu sistema de zonificació
 - Una avaluació de la capacitat de càrrega ecològica per les diferents zones de la regió Pan Parks, definició de productes turístics per a diferents grups i avaluació de com es cobreixen les necessitats de cada grup.
 - Una avaluació de l'EDTS de com aquesta produeix beneficis per a la conservació de la natura local
 - Previsió de noves activitats i actes dins de la regió Pan Parks i la seva compatibilitat amb l'economia local i estructura social.
 - Una estratègia de Comunicació i Màrqueting que asseguri la transmissió d'informació objectiva, el nombre i el tipus de visitants, les activitats que realitzen, l'ús dels equipaments, els serveis i els nivells de satisfacció.
 - Un Pla d'Acció amb un calendari realista, el rol dels actors, el finançament i un pla per a la seva supervisió.
 - Una descripció del procés que condueixi a la formulació de l'EDTS.
- L'EDTS és integrada dins una regió i és planificada en relació a l'economia regional. El GLPP ha

d'obtenir el recolzament polític i social entre els diferents nivells de l'EDTS.

- Els efectes de l'EDTS són sistemàticament supervisats.
 - El redactat de l'EDTS ha utilitzat la documentació guia de la Fundació Pan Parks.
- 4.3 La regió Pan Parks té turisme potencial suficient i capacitat de càrrega ambiental per a un turisme sostenible.**
- Hi ha un anàlisi fet del turisme potencial (incloent dades i tendències presents) i un càlcul de la capacitat de càrrega per a un turisme sostenible a la regió Pan Parks. Això significa que els recursos de la regió han estat correctament analitzats.
 - Una recerca addicional ha estat portada a terme per a donar suport al desenvolupament de l'EDTS.
- 4.4 El desenvolupament planificat del turisme i les activitats de turisme existents estan basats en l'ús sostenible dels recursos naturals de la regió Pan Parks.**
- Hi ha mesures generals previstes per tal d'evitar els impactes negatius sobre els recursos naturals, en particular a les zones ecològicament vulnerables.
 - Les estratègies són definides per a reduir, o eliminar, qualsevol activitat, producte o servei que posi la regió Pan Parks sota pressió o risc.
 - L'EDTS recomana l'ús de la infraestructura turística existent i requereix una avaluació dels impactes mediambientals per a les noves infraestructures.
- 4.5 El desenvolupament del turisme i d'activitats existents estan basades en l'ús sostenible dels recursos socioeconòmics de la regió Pan Parks, incloent temes de la població indígena.**
- Hi ha objectius concrets i específics per a l'ús sostenibles dels recursos socioeconòmics de la regió Pan Parks.
 - Es posa especial atenció a les activitats tradicionals i als models de producció.
 - L'EDTS és dissenyada per a obtenir impactes positius sobre l'economia local.
 - L'EDTS adreça els seus recursos a les minories i grups indígenes de la regió Pan Parks i això es reflecteix als objectius de gestió de l'espai.
- 4.6 Planificació del desenvolupament turístic i existència d'activitats basades amb l'ús sostenible dels recursos culturals de la regió Pan Parks.**
- Hi ha objectius específics i concrets per a l'ús de recursos culturals a la regió Pan Parks en relació al desenvolupament turístic: singularitat, tradicions i aspectes culturals del paisatge i dels recursos socioculturals.
 - L'EDTS ha d'assegurar a les comunitats locals el control sobre el seu patrimoni cultural: a través de la preservació de les costums, tradicions, normes, estils de vida, religions, etc

PRINCIPI 5: SOCIS (partners)

5.1 Els socis (partners) de les empreses de Pan Parks es comprometen amb el turisme sostenible, es registraran com un negoci comercial i compliran amb tota la legislació rellevant nacional i regional.

- L'empresa i el negoci són registrats.
- L'empresa i el negoci es comprometen amb el turisme sostenible.
- L'empresa i el negoci ofereixen productes turístics sostenibles i són adequats al concepte de Pan Parks.
- L'empresa i el negoci compleixen tota la legislació rellevant nacional i regional.

5.2 Els socis de les empreses de Pan Parks cooperen activament amb el Grup Local Pan Parks (GLPP) per implementar l'Estratègia de Desenvolupament de Turisme Sostenible (EDTS).

- L'empresa i el seu negoci participen activament de l'EDTS en la regió protegida Pan Parks.

5.3 Els socis de les empreses de la regió Pan Parks recolzen l'àrea protegida Pan Parks i els seus objectius de conservació.

- L'empresa i el seu negoci respecten i suporten els objectius de conservació de l'àrea protegida Pan Parks.
- Material informatiu sobre valors de l'àrea protegida, paisatge i conservació de la natura es troba fàcilment disponible de cares als visitants.
- Informació sobre les principals amenaces a la natura i a la cultura és disponible de cares als socis.

Alternativa I (criteri 5.4)

5.4 El soci del negoci de la regió Pan Parks disposa d'un alt estàndard per a la gestió ambiental del seu negoci.

- L'empresa i el seu negoci disposen d'un alt estàndard per a la gestió ambiental del seu negoci,

el qual és verificat i supervisat.

Alternativa II (criteris de 5.5 a 5.11)

5.5 Els socis de les empreses de la regió Pan Parks ofereixen formació als seus treballadors:

- Els socis de Pan Parks identifiquen i porten a terme la formació dels seus treballadors, la qual cosa atorga qualitat ecoturística.
- Hi ha objectius específics, target groups, metodologies i calendaris per a la formació dels socis de les empreses.

5.6 Els socis de les empreses de la regió Pan Parks respecten els límits de la destinació i minimitzen els impactes negatius dels seus negocis sobre la natura i la cultura.

- Els socis de les empreses i els seus treballadors coneixen la destinació i les seves limitacions són transferides als seus clients.
- Els socis de les empreses mesuren les seves capacitats de càrrega.
- Les activitats que ofereixen les empreses es basen en l'ús ètic, sostenible i acceptable dels recursos.
- Els socis garanteixen que si hi ha un risc ambiental o dany al medi ambient relacionat amb la seva activitat, aquest s'abstindrà de portar a terme aquesta activitat.
- Els socis informen a les autoritats responsables de la conservació ambiental sobre el seu producte i s'asseguren que la seva activitat no posarà en perill els valors naturals.
- La pesca, la caça o les motos de neu són activitats que no es porten a terme dins la regió Pan Parks, si més no, no es practiquen a les zones més verges.
- La pesca, la caça o l'ús de motos de neu es porten a terme per part dels socis a les afores del límit Pan Parks, sempre respectant la legislació vigent.
- No es prenen com a aliments flora i fauna certificada dins la regió Pan Parks, si més no, a la zona més verge.
- Les activitats d'acampada durant les nits es porten a terme amb respecte al medi ambient i a la legislació nacional o local.

5.7 Els socis les empreses de Pan Parks recolzen l'economia local.

- Els socis de les empreses contribueixen al desenvolupament de llocs de treball locals.
- Els socis de les empreses contracten treballadors de la regió.
- Els socis de les empreses cooperen amb les empreses locals i compren productes i serveis de proximitat.
- S'incentiva la compra i venda de productes locals de cara als clients.
- La política empresarial dels socis de les empreses vol aportar l'autenticitat local a tots els serveis i activitats que ofereix, com el menjar, l'allotjament, el transport o les visites guiades.

5.8 Els socis de les empreses de Pan Parks realitzen totes les seves operacions de manera sostenible amb l'entorn.

- Totes les empreses disposen del seu propi pla mediambiental, descrivint l'impacte de les seves operacions sobre el medi ambient i els esforços per mitigar els seus impactes, així com els efectes de la reducció d'aquests.
- Les empreses ofereixen mitjans de transport, allotjament i serveis de restauració sostenibles mediambientalment.
- Les empreses creen una cadena de subministrament sostenible: en la tria dels seus productes considera la producció local, la reducció de la pobresa, la millor tecnologia ecològica disponibles i primeres matèries provinents de processos sostenibles.
- Les empreses d'allotjament comptaran amb polítiques d'estalvi energètic i hidràulic.
- Les empreses d'allotjament tenen una política per a reduir l'ús de productes químics.
- Les empreses d'allotjament tenen una política per a la reutilització de recursos i per al reciclatge de materials.
- Si les empreses d'allotjament realitzen una nova construcció, aquesta es farà de manera sostenible amb l'entorn.
- En els restaurants i empreses d'allotjament hi ha, com a mínim, una zona per a no fumadors.

5.9 Els socis de les empreses de Pan Parks promouen el gaudi de la descoberta, el coneixement i el respecte cap als aspectes locals.

- Les empreses s'asseguren que els treballadors que estiguin en contacte amb els visitants tinguin coneixements sobre la destinació.
- La informació bàsica sobre la destinació està a l'abast dels visitants, entre el material de màrqueting de l'empresa (fulletons, pàgina web, etc.).

- Els visitants reben informació prèvia abans de realitzar qualsevol tour per la destinació, lectures recomanades, equipament o algun codi de conducta.
- Els visitants reben instruccions a priori i durant el servei turístic per a descobrir aspectes de característics locals.

5.10 Els socis de les empreses de Pan Parks prioritzen la seguretat i la qualitat.

- Les empreses disposen d'assegurança per a la pràctica d'activitats que ofereixen als visitants.
- Les empreses treballen per millorar la qualitat de les seves activitats i utilitzen qüestionaris de satisfacció per rebre un "feedback" dels seus clients, per així millorar aspectes de qualitat.
- L'estratègia de les empreses crea expectatives realistes cap a la destinació i cap a les activitats que l'empresa ofereix.
- Les empreses porten a terme pràctiques de seguretat i salut cap als clients.
- Les empreses realitzen anàlisis dels riscos de totes les seves activitats i segueixen els estàndards de gestió de riscos.
- Les empreses disposen de plans per a situacions inesperades i indesitjades circumstàncies.
- Hi ha una guia de primers auxilis o similar per a oferir als treballadors que es troben en contacte amb els visitants.
- Si els animals domèstics s'utilitzen en la pràctica d'activitats (cavalls, rens o gossos per exemple), les empreses els tractaran amb respecte i dignitat.
- Les empreses cooperen amb la seguretat local i serveis de rescat.

5.11 Els socis de les empreses de Pan Parks subcontractaran només proveïdors que no causin danys mediambientals amb les seves pràctiques productives.

- Les empreses estableixen estàndards clars i concisos als seus subcontractats.
- Les empreses seleccionen els seus proveïdors de productes i serveis i s'asseguren que aquests actuïn de manera sostenible.

Font: Pan Parks Criteris. 2013.

Casonas Asturianas

1. ACCÉS I ESTACIONAMENTS

- El nom de la Casona ha de ser identificable des de l'exterior de la propietat de l'hotel. El rètol o cartell es trobarà en perfecte estat de conservació i neteja, i el seu disseny està en consonància amb el caràcter de l'hotel.
- Dins de l'àmbit de la propietat de l'hotel, els diferents accessos i zones d'aparcament estan degudament senyalitzats, la senyalització estarà en bon estat, valorant que el seu disseny estigui en consonància amb la decoració de l'hotel.
- La Casona comptarà amb il·luminació exterior, de tal manera que l'accés a l'edifici i a l'aparcament quedi il·luminat.
- L'accés a la Casona serà accessible i transitable, net, clar i no presentarà desperfectes en el paviment.
- Existirà una àrea d'aparcament, dins l'àmbit de la finca on s'ubica l'hotel, les places d'aparcament estaran perfectament definides en els casos en que la quantitat de places de pàrquing siguin igual o menor al nombre d'habitacions. Els establiments que comptin amb servei de restauració obert al públic hauran de reservar un número mínim de places suficients per als clients de l'hotel, sempre i quan tinguin reserves programades per a l'hotel.

2. EDIFICI I ENTORN EXTERIOR

- L'establiment haurà de disposar d'una zona verda o enjardinada, porxo, terrassa, pati, etc, per al gaudi dels clients, equipat amb mobiliari d'acord amb l'entorn. En qualsevol cas, aquest presentarà un bon estat d'ús i conservació, i es substituirà qualsevol mobiliari que presenti anomalies i no es mostraran referències publicitàries.
- Es valorarà que l'establiment estigui aïllat de carreteres o vies amb gran afluència de tràfic o de qualsevol altra causa que alteri la tranquil·litat de l'entorn.
- L'entorn exterior, inclòs el propi exterior de l'edifici destinat a l'allotjament i els edificis adjacents, haurà de trobar-se en bones condicions de conservació i neteja.
- L'arquitectura de tots els edificis de l'establiment estarà en concordança amb l'arquitectura típica de la zona o que presentin singularitats arquitectòniques que dotin l'edifici d'una personalitat definida. Aquells de nova construcció hauran de respectar l'arquitectura

tradicional de la zona o denotar un caràcter singular.

- Es valorarà positivament que l'hotel compti amb accés i instal·lacions adaptades a persones amb discapacitat.

3. QUALITAT I EQUIPAMENT DE LES ZONES D'ÚS COMÚ (recepció, distribuïdors, sales, menjadors, restaurant...)

- A les zones comunes de l'interior de l'establiment, i igualment en la resta d'instal·lacions, la decoració no serà austera, sinó que hi haurà un estil decoratiu definit que estarà en concordança amb les característiques de la Casona, dotant als espais amb un ambient acollidor i agradable, valorant el disseny i la qualitat de la decoració interior (mobiliari, pintura, paviment, elements decoratius) i especialment la cura dels detalls.
- Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on es troba ubicat l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.
- La pintura de les parets i sostres es trobarà en perfecte estat i el sòl serà sempre net i brillantat.
- Tots els elements que construeixen l'equipament de les zones comunes haurà d'estar en bon estat de conservació i funcionament, substituint qualsevol d'aquests que presenti anomalies.
- Els elements decoratius no presentaran desperfectes ni estaran trencats.
- Les zones comunes comptaran amb calefacció o sistemes de refrigeració adequats per assegurar la comoditat dels clients en períodes de menor o major temperatura.
- La il·luminació haurà de ser adequada, procurant que el tipus d'il·luminació contribueixi a generar sensació de caliu.
- Existirà un espai reservat per a la recepció que estarà perfectament senyalitzat i identificat com a tal. Es trobarà ordenat i amb algun element decoratiu. Haurà de comptar amb informació referent a com localitzar el personal de l'allotjament en cas de que aquest no es trobi a la recepció. Es valorarà la qualitat i originalitat del clauer de la porta de l'habitació. Es valorarà positivament el coneixement d'altres idiomes nacionals i internacionals per part del personal de recepció.
- Les zones sanitàries comunes estaran perfectament indicades i es conservaran en bon estat i netes. Les aixetes no presentaran pèrdues i els elements de porcellana sanitària no presentaran esquerdes o trencaments. A més de tovallola, paper higiènic i sabó, es valorarà l'existència de productes d'higiene complementaris. Els sanitaris estaran dotats de ventilació, ja sigui natural o forçada. Els sanitaris pròxims a les zones de restauració seran revisats després de cada servei.
- Existirà com a mínim un espai interior independent dedicat exclusivament a zona de lectura i descans, amb capacitat suficient, mobiliari i decoració adequats per a aquesta funció i diferent de la zona de recepció i menjador. Es comptarà amb llibres que desenvolupin temes sobre la destinació, així com diferents jocs de taula.
- Els serveis de restauració oferts al client hauran de presentar-se en les instal·lacions de la Casona. S'admetrà la possibilitat d'oferir aquests serveis a altres locals sempre que es comuniqui prèviament al client i s'especifiqui a la *Guía de Casonas Asturianas*.
- El personal del restaurant haurà de conèixer els idiomes necessaris per aconseguir una bona interacció amb els clients.
- Es comptarà amb un menjador per al servei d'esmorzar a l'interior de l'hotel, s'admetrà l'existència d'un menjador d'esmorzars en un altre local, amb la condició que el client no hagi de sortir de la propietat de l'establiment.
- En el cas d'existir restaurant, la carta tindrà la suficient varietat en funció del tipus d'establiment i es distingirà per la seva oferta de plats de cuina regional i d'elaboració pròpia, utilitzant productes de primera qualitat. Valorant la presència dins de l'oferta gastronòmica d'aliments i begudes protegides o aquells sota la marca de garantia *Alimentos del Paraíso Natural*.
- Les instal·lacions i espais de cuina i zones de preparació i conservació dels aliments estaran en perfectes condicions higièniques i de neteja, complint amb les normatives d'higiene i seguretat específiques, permetent el seu accés al personal autoritzat.
- Es valorarà l'existència de bar o cafeteria, les tarifes dels quals seran visibles i s'oferiran tant begudes calentes com fredes.

4. HABITACIONS PRIVADES

- La decoració de les habitacions, inclosa la del bany, no serà austera, sinó que hi haurà un estil decoratiu que estarà en concordança amb l'estil general de la Casona, dotant als espais amb un ambient acollidor i agradable, valorant el disseny i qualitat de la decoració interior i espacialment la cura en els detalls.
- Les habitacions es trobaran en perfecte estat de conservació i neteja (pintura de parets i sostres, sòls, elements decoratius, equipaments...).
- Es valorarà el caràcter asturià de la decoració, basada en els elements representatius de la cultura, caràcter i tradició de la zona on s'ubiqui l'establiment, dels seus valors històrics i tradicionals.
- El mobiliari serà confortable i acollidor i es trobarà en perfecte estat de conservació.
- Es valorarà l'equipament de les habitacions: telèfon, televisió, mini bar, assecador, calefacció/aire, dotació de penjadors, disponibilitat de protector d'endolls...
- L'habitació haurà de disposar d'instruccions d'ús dels equipaments/serveis de l'habitació (ràdio, televisió, calefacció/aire, telèfon, assecador...) si no es d'ús gratuït caldrà que constin les tarifes corresponents (mini bar, bugaderia...).
- La roba de les habitacions serà feta de materials de primera qualitat i estarà neta i en perfecte estat de conservació.
- Els matalassos i bases hauran d'estar en perfecte estat d'ús i conservació. No presentaran danys en la tapisseria ni brutícia. Les dimensions dels llits individuals seran com a mínim de 090m x 1.80m i de 1,35m z 1,85 per a les de matrimoni. La il·luminació de l'habitació serà l'adequada per al confort del client.
- Es disposarà d'una carta específica per al servei d'habitacions amb els productes disponibles, els preus, l'horari d'atenció i el sistema per a realitzar qualsevol encàrrec. En cas de disposar de servei d'habitacions però no de carta específica, caldrà comptar amb els mateixos plats oferts al restaurant.
- Els sanitaris es conservaran en bon estat i nets. El funcionament dels elements integrants serà correcte i disposaran de dotació necessària: tovalloles, paper higiènic, sabó, bosses higièniques i sanitàries, paperera amb tapa. Les aixetes no presentaran fugues i els elements de porcellana dels sanitaris no presentaran esquerdes ni desperfectes. Estaran dotats de ventilació, ja sigui natural o forçada.
- Els sanitaris comptaran amb aigua calenta de forma quasi immediata a l'obertura de els aixetes o dutxes i la pressió de l'aigua serà adequada i suficient.
- Les banyeres o dutxes estaran dotades amb sistemes antirelliscants i, si és possible, amb mànecs i mampares o cortines.
- Cal que estiguin definits els productes d'acollida, el seu disseny ha d'estar en concordança amb la decoració de la Casona. Els establiments comptaran com a mínim amb 4 productes d'acollida, entre els quals dos seran obligatòriament gel de dutxa i sabó de tocador.

5. GESTIÓ MEDIOAMBIENTAL

- Es realitzarà una correcta classificació dels residus generals (paper, orgànica, vidres, piles, plàstics, etc...) amb la finalitat d'eliminar-los de forma selectiva, sempre i quan els serveis municipals ho permetin.
- Es valorarà que els olis generats del serveis de restauració siguin emmagatzemats per al seu posterior tractament mitjançant un gestor de residus autoritzat o s'utilitzi amb finalitats ecològiques. Caldrà que es guardi un registre de la recollida.
- Es prioritzarà l'ús de productes de neteja i bugaderia que siguin menys agressius amb el medi ambient o siguin biodegradables.
- S'adoptaran mesures orientades a la reducció del consum energètic, a la substitució progressiva de les fonts d'energia més contaminants, a la reducció del consum d'aigua i de la producció de residus com piles, vidre o paper.
- Es prioritzarà la utilització generalitzada de paper reciclat.
- Es limitarà, en la mesura que sigui possible, l'ús d'esprais que continguin clorofluorocarburs (CFC) i Freó, així com de plàstics no degradables.
- S'establiran canals de comunicació amb els clients que posin de manifest el compromís de l'establiment amb el medi ambient i que contribueixin a sensibilitzar el propi turista amb tots aquells aspectes relacionats amb la conservació del medi ambient.

- Es valorarà la vinculació a marques o procediments de conservació de l'entorn o de gestió de l'establiment tals com l'Ecoetiqueta turística o altres sistemes de gestió ambiental certificats (ISO 14001, EMAS...).

6. SEGURETAT DEL CLIENT

- Les Casones compliran tota la normativa vigent, referent a: Prevenció de Riscos Laborals i Plans d'Emergència, Seguretat i Higiene Alimentària, Protecció de Dades i Legionel·la. A més, si la Casona compta amb piscina haurà de complir la reglamentació vigent de la mateixa i amb independència d'això, es comprovaran diàriament els paràmetres de temperatura, PH i clor, dels quals es mantindrà un registre. Al mateix temps, es crearan normes d'utilització de la piscina que es col·locaran a un lloc visible pel client.
- Els objectes oblidats pels clients seran guardats, com a mínim, tres mesos per a la seva posterior comunicació o enviament, prèvia sol·licitud del client.
- Existirà una persona a la Casona que compta amb formació en tècniques de primers auxilis i situacions d'emergència.
- La direcció cuidarà la seguretat dels clients i dels seus béns mentre aquests estiguin allotjats a la Casona.
- Els productes de neteja s'emmagatzemaran en un ambient sec, airejat i protegit dels rajos solars. El magatzem de productes de neteja estarà tancat amb clau. Els productes estaran perfectament envasats i etiquetats complint la legislació vigent.
- L'establiment haurà de conservar els originals i còpies de les certificacions corresponents a les inspeccions vàries que ha de passar i que justifiquen el compliment de les normatives vigents que afecten la seguretat i salut de clients i treballadors.

7. COMERCIALIZACIÓ

- El material publicitari utilitzat en la promoció dels serveis de l'establiment i altres accions promocionals han de donar fe de la realitat de la Casona, evitant l'ús de termes que, per la seva ambigüitat, puguin induir als clients expectatives sobre els serveis superiors als que realment ofereix l'establiment; controlant que la informació publicada a través de diferents mitjans sigui veraç.
- L'establiment disposarà de correu electrònic.
- Es valorarà la qualitat i el disseny dels fulletons i la pàgina web de cada hotel, essent actualitzada i resultant funcional en tots els enllaços, tarifes, fotografies, mapes, vídeos, etc.
- Es valorarà l'oferta d'activitats pròpies o concertades amb altres empreses especialitzades (turisme actiu, gastronomia, culturals...).
- Es valorarà la presència activa a les xarxes socials per al posicionament de l'establiment sempre vinculat a la marca.

8. RESERVA

- Les trucades es contesten en el menor temps possible (màxim quatre tons).
- Si la sol·licitud de reserva o qualsevol altre motiu es realitza per escrit es contestarà en un temps màxim de 24 hores.
- Es contesta al telèfon identificant l'establiment i pronunciant una frase de salutació.
- S'utilitzarà el nom del client (Sr., Sra. ...) des del moment en què aquest l'hagi facilitat i s'estalviarà al client esperes innecessàries, evitant posar en espera la trucada d'un client sense abans identificar qui truca i què desitja, per si només es tracta de passar-li una extensió o habitació.
- El to durant la conversa serà amable i educat. Es tractarà al client en tot moment de vostè.
- Al finalitzar el contacte telefònic, s'acomiadarà al client mitjançant una fórmula de cortesia.
- Durant la realització de la reserva s'identificarà correctament les necessitats del client (dates, nombre d'habitacions, tipus d'habitacions, règim d'allotjament, ...).
- Es preguntarà, quan procedeixi, l'hora d'arribada aproximada.
- Es sol·licitarà un número de telèfon de contacte.
- S'informarà sobre els preus
- S'efectuarà la reserva confirmant totes les dades referents a la mateixa.
- S'oferirà al client la possibilitat d'enviar confirmació per escrit.
- Es donaran les indicacions que precisi el client per assegurar que aquest sap arribar a l'establiment sense dificultats. Igualment, es respondrà a qualsevol altra informació addicional que demani el client.

- Qualsevol canvi realitzat per l'establiment en una reserva haurà d'estar justificat i documentat, essent comunicat al client amb antelació a l'arribada d'aquest.
- En el cas de no disposar de places en el moment de la reserva, es fa tot el possible per gestionar l'allotjament del client en un altre hotel de la marca, com a mostra de preocupació per la seva estada a la destinació, generant una imatge positiva d'allotjament turístic de cara a un potencial client.

9. RECEPCIÓ

- La informació facilitada prèviament per l'establiment i la senyalització del mateix permeten arribar al client sense dificultats.
- Es rebrà al client amb una fórmula de cortesia i mirant-lo als ulls.
- El servei de recepció estarà caracteritzat per la confortabilitat i amabilitat en el tracte, així com per la utilització d'un to afable i tranquil.
- A l'entrar a la Casona, el client ha de sentir-se rebut de forma especial, interessant-se pel seu viatge i donant-li la benvinguda.
- L'aspecte personal serà cuidat i es vestiran de forma adequada a l'entorn i a l'estil de l'hotel. No s'admetrà en cap cas l'ús de xandall.
- L'atenció al públic, a la recepció, ha de ser continuada les 24 hores del dia. En cas de no disposar de personal de recepció les 24 hores del dia, es disposarà d'un telèfon de contacte.
- A l'àrea de recepció es farà menció mitjançant cartell indicatiu o similar l'existència del full de reclamacions.
- El *check in* es realitzarà amb agilitat i diligència, el temps d'espera per començar a atendre al client serà menor de 5 minuts. Abans de procedir al registre del client i a l'entrega de la clau, es confirmarà la reserva i disponibilitat d'habitació, verificant la correcció de les dades de la reserva i si es compleixen les condicions sol·licitades pel client. Qualsevol problema sorgit a l'arribada del client o durant la seva estada es solucionarà amb eficàcia i amabilitat.
- A l'arribada d'un client a l'hotel se l'ha d'informar sobre els serveis i horaris que ofereix l'establiment, especialment sobre els serveis de restauració, així com qualsevol altre circumstància no habitual que hi hagués i se li mostraran les zones comunes.
- S'acompanyarà al client a l'habitació o se li donaran les indicacions precises sobre la seva ubicació.

10. ACOLLIDA I TRACTE DURANT L'ESTADA

- El personal de l'establiment estarà sempre atent a tot allò que el client pugui necessitar durant la seva estada.
- Qualsevol problema sorgit a l'arribada del client o durant la seva estada es solucionarà amb eficàcia i amabilitat.
- Es deixarà constància per escrit dels missatges dirigits als clients i aquests es comunicaran al destinatari amb rapidesa.
- Es valorarà positivament l'entrega al client d'algun detall per part de l'hotel durant la seva estada.
- El personal haurà de conèixer els recursos turístics naturals i culturals de la zona i ser capaç d'oferir informació consistent sobre aquests.
- L'hotel disposarà de tota la informació necessària sobre la destinació per a satisfer de forma detallada i precisa les demandes dels clients: mapa de la zona, atractius de la zona, transports, serveis d'emergència, etc... i es facilitarà al client la cerca d'informació a la que no es tingui accés. Aquesta informació estarà ubicada a les zones comunes o a la recepció, sempre de manera visible i estarà, com a mínim, en dos idiomes. Es valorarà positivament la disponibilitat d'informació en més idiomes.

11. SORTIDA

- El *check out* es realitzarà amb agilitat i diligència, el temps d'espera serà menor de 3 minuts.
- La factura estarà expedida a la sortida del client o com a mínim a punt per a ser impresa.
- Es disposarà dels mitjans tècnics, preferentment informatitzats, que li permetin realitzar la facturació amb agilitat, així com d'un sistema alternatiu que pugui utilitzar en cas d'averia, assegurant sempre així l'entrega de factura.
- La Casona disposarà de facilitats per al cobrament mitjançant diferents mètodes de pagament.
- La factura constarà de forma detallada dels serveis utilitzats durant l'estada amb els corresponents preus.

- El personal s'interessarà per la comoditat i satisfacció del client durant la seva estada.
- S'acomiadarà al client amb un somriure, agraint-li la seva estada i desitjant-li un agradable viatge de tornada.

12. INFRAESTRUCTURES

- Tots els accessos estaran nets i en bones condicions, la il·luminació exterior serà l'adequada per a facilitar l'accés del client a l'hotel, en absència de llum natural.
- Els qüestionaris de qualitat seran accessibles al client en alguna zona de l'hotel, preferiblement a l'habitació.
- Els terres, sostres i parets de tots els espais estaran nets i en bon estat.
- No es percebran sorolls molestos durant l'estada, la temperatura serà agradable i homogènia en tot l'establiment, la il·luminació adequada i l'ambient apropiat i acollidor.
- Tots els espais comptaran amb la suficient amplitud per assegurar la comoditat del client.
- Tots els elements funcionaran correctament (il·luminació, televisió, aire condicionat, calefacció,...). Les habitacions comptaran amb instruccions de funcionament de tots els equips a disposició del client.
- Tota la informació sobre els serveis prestats es trobarà en un lloc visible, inclosos els horaris i la llista amb els preus de l'establiment incloent els serveis addicionals prestats.

13. VARIETAT I QUALITAT DE L'OFERTA GASTRONÒMICA

- El servei de restauració gaudirà del mateix caliu en el tracte al client que la resta de serveis de la Casona. Durant el servei, s'atendrà amb amabilitat i professionalitat els requeriments del client. Es prendrà una postura activa alhora d'orientar el client indecís, informant-lo sobre la composició dels plats quan aquest ho requereixi.
- Es rebrà al client desitjant-li bon dia / bona tarda / bona nit, de forma cortesa i mirant-lo als ulls.
- L'aspecte del personal serà net i cuidat.
- Es preguntarà sobre la preferència d'ubicació i se li entregará la carta o se li indicaran els menús disponibles immediatament després de ser acomodat.
- Es serviran els plats en els temps correctes, s'oferirà postre, indicant tota l'oferta disponible, i s'oferirà cafè.
- Al final del servei, s'acomiada amb amabilitat al client, amb una fórmula de cortesia i s'interessa sobre si tot ha estat del gust del client.
- La direcció de la Casona ha d'establir un horari per als serveis de restauració (esmorzar, dinar i sopar) que serà comunicat al client en un lloc visible de l'establiment (habitació i/o recepció).
- Tant l'esmorzar com la resta del àpat s'elaboraran amb productes frescos i naturals, valorant l'existència d'algun element propi de la zona o regió, i l'existència d'alguna recepta original de l'establiment.
- Es cuidarà al màxim la presentació dels plats i s'evitarà l'ús d'envasos industrials (brics, cartrons, plàstics,...).
- Les taules del restaurant estaran guarnides amb harmonia i d'acord amb la decoració de la sala.
- L'equipament de les taules per als serveis (mantells, vaixel·la, cobrateria,...) serà adequat, mantenint una coherència en relació a les qualitats de cada tipus. En cap cas s'utilitzaran mantells de paper o plàstic.
- Els plats bruts utilitzats pels clients seran retirats amb rapidesa.
- L'esmorzar, inclourà: cafè o infusions, aigua, llet, productes dolços, productes salats, pa, mantega i melmelada, alguns productes de caràcter dietètic, així com cereals o batut de xocolata per als nens.
- El servei d'habitacions es contestarà amb una fórmula de cortesia al telèfon en els primers 4 tons. Després de l'anotació de l'encàrrec, aquest es repetirà i s'indicarà el temps estimat de preparació i entrega.

Font: Club Casonas Asturias (Sociedad General de Turismo Asturias). 2012.

Proyecto CERES – Ecotur Ecolabel ECEAT

1. AGRICULTURA SOSTENIBLE

1.1 Contribució activa i implicació en matèria de turisme sostenible

- No utilitza pesticides ni fertilitzants al jardí, als camps o als hivernacles.

- Respecta el benestar animal en termes d'exploració animal.

1.2 Compra de productes agrícoles o locals

- Se es disposa d'oferta local de productes agroalimentaris ecològics es facilitaran aquests als turistes.

1.3 Oferta d'informació sobre agricultura sostenible

- L'establiment compta amb una política orientada al client final, la finalitat de la qual és transmetre la importància de tenir una conducta respectuosa amb l'agricultura sostenible.

2. PATRIMONI CULTURAL I DESENVOLUPAMENT RURAL

2.1 Contribució activa al desenvolupament sostenible de l'economia local

Compra de productes locals

- Els productes agroalimentaris i records oferts als clients són essencialment de producció local.
- Hi ha una voluntat manifesta d'adquirir productes als comerços locals o de cooperar amb els prestataris locals.

2.2 Contribució activa a la conservació del patrimoni cultural:

Arquitectura social

- Les tècniques de construcció tradicionals seran respectades en cas de rehabilitació o reforma dels edificis.
- Hi ha una voluntat manifesta de construcció i de manteniment sostenibles.

Informació relacionada amb la cultura local

- L'establiment compta amb una política orientada al client final, la finalitat de la qual és transmetre la importància de tenir una conducta respectuosa amb la cultura local.
- La informació és adequada i oferta activament pel titular de l'allotjament, la qual cosa resulta en una millor comprensió i un millor respecte pel territori d'acollida.

3. RECURSOS NATURALS

3.1 Energia

Promoció dels transports públics:

- Promoció activa de mitjans de transport públics i ecològics.
- Les excursions o activitats esportives proposades pel titular de l'allotjament seran per sobre de tot respectuoses amb el medi ambient.

Influència sobre l'actitud dels hostes:

- Informació bàsica en matèria d'ús raonable i responsable de l'energia i dels recursos disponibles.
- El rentat de tovalloles es realitzarà a la demanda, a poder ser.

Ús raonable i eficient de l'energia:

- El titular de l'allotjament aplica mesures d'estalvi d'aigua i energia i utilitza energies renovables segons les circumstàncies locals.

3.2 Aigua

- L'aigua s'utilitza de manera eficient.
- No hi ha fuites constatables d'aigua a l'allotjament.

3.3 Residus

- El tractament de residus és eficient: el client té la possibilitat de seleccionar els residus en funció dels serveis i les condicions locals a l'abast del titular de l'allotjament.

4. PROTECCIÓ DE LA NATURALES

4.1 Influència sobre l'actitud de l'hoste respecta la natura:

- Informa i recomana mínimament al client sobre la manera de protegir i evitar incidències nocives per a l'entorn local.
- El titular de l'allotjament no promocionarà ni oferirà la participació d'activitats nocives per a les espècies silvestres locals (exemple: soroll, invasió d'espais...).
- El titular actuarà per a no generar efectes negatius sobre la fauna i la flora del seu entorn des de l'activitat turística.
- El titular no farà promoció ni oferirà el consum no sostenible d'espècies de flora i fauna locals.

4.2 Contribució activa a la conservació del paisatge:

- L'explotació agrària, el jardí o el càmping són gestionats de forma respectuosa amb el medi, la flora i la fauna locals.

Font: ECEAT International España. 2013.

Model enquesta empresaris d'allotjament

Nom de l'empresa	
Tipus	

- L'empresa compta amb alguna certificació de sostenibilitat o segueix algun manual de bones pràctiques?
 - Sí
 - No
 - Quina? _____
- Quin creu que és el principal inconvenient alhora de complir els criteris que donen opció a un distintiu de certificació sostenible o un manual de bones pràctiques?
 - Cost econòmic
 - Temps de dedicació
 - L'amplitud de temes que abasteix
 - La renovació
 - Estalvi de recursos
 - Ho desconeix
 - Altres _____
- Creu que té beneficis per a l'empresa el seguiment d'algun manual de bones pràctiques o l'obtenció d'una certificació de sostenibilitat turística? Sí No Ho desconeix

Quins?

 - No contesta
 - Beneficis econòmics (més clients)
 - L'empresa és més competitiva
 - Bona imatge / Notorietat
 - Beneficis mediambientals
 - Altres _____
- De l'1(poc important) al 5(molt important), quina importància li dóna a què el personal de l'establiment coneguin l'oferta cultural del Parc?
 - 1 Gens important
 - 2 És recomanable
 - 3 Important
 - 4 Molt Important
 - 5 Vital
- El personal rep algun tipus de formació en temes referents a l'oferta turística cultural al Parc (NO CONTESTAR SI ÉS EMPRESA FAMILIAR) ?
 - Sí
 - No

Quin tipus de formació rep? Curs Manual Informació oral

 - Altres _____
- L'establiment disposa d'elements decoratius en zones comunes o habitacions? Sí No
- A quin estil pertany aquesta decoració? Modern Religios Rústic
 - Minimalista
 - Floral
 - Altre _____
- Ofereix algun recordatori/obsequi als clients? Sí No

Quin? _____
- De l'1 al 5, quin creu que és el nivell d'adaptació de l'edifici a l'arquitectura popular del Parc?
 - 1 Gens
 - 2 Poc
 - 3 Apte
 - 4 Bo
 - 5 S'adapta completament
- Ha rehabilitat alguna zona de la construcció de l'edifici? Sí No

En cas que sí, ha optat per: Modernitzar l'aspecte extern
 Conservar les formes constructives típiques i passades

11. Dóna als clients material informatiu sobre els recursos turístics culturals del Parc?

Sí No

12. En quin format dóna l'anterior informació? Web/Mail Fulletó Informació oral

Llibres Xarxes Socials Altres _____

13. Transmeten missatges de sensibilització als clients referent a l'ús dels recursos patrimonials i naturals?

Sí, oralment Sí, escrit Sí, oralment i escrit No

14. L'empresa pertany a alguna associació pel manteniment dels recursos naturals o culturals o col·labora en projectes de conservació de l'entorn? Sí No

Quin? _____

15. Si s'ofereix servei de restauració, compra productes d'origen local o típics de la zona?

Sí No No ofereix restauració

16. Inclou receptes de gastronomia local i regional la seva carta? Sí No

Com quines? _____

17. Prioritza els proveïdors de proximitat? Sí No

Quin percentatge són pròxims (< de 20km)?

- 25% Mai
- 50% A vegades
- 75% Gairebé sempre
- 100% Sempre

Respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament

Taula 13 - Taula resum de les respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament

PREGUNTA	RESPOSTA	Nº Respostes	PREGUNTA	RESPOSTA	Nº Respostes
1.	No	43	9.	5	31
	Si	2		4	13
2.	Temps de dedicació	6		3	1
	Cost econòmic	16	10.	SI	21
	Amplitud de temes	8		NO	24
	Renovació	4		Modernitzat	3
	Ho desconeix	9		Conservat	18
	No hi ha inconvenients	1	11.	Si	43
	No hi està d'acord	1		No	2
3.	No	7	12	Informació oral	25
	Si	33		Fulletons	36
	Ho desconeix	5		Fulletons propis	7
	Beneficis econòmics	5		Web/Mail	3
	L'empresa és més competitiva	2		Mapes	8
	Bona imatge	9		Llibres	1
	Beneficis mediambientals	14	13.	Oralment	28
	No contesta	9		Per escrit	
	Altres	6		Oral i Escrit	
4.	5	34		No	17
	4	9	14.	SI	0

	3	2		NO	45
5.	Si	7	15.	Si	25
	No rep formació perquè és familiar	38		No	1
6.	SI	35		No ofereix restauració	19
	No	10	16.	SI	25
7.	Rústic	29		No	1
	Modern	1		Melmelada pròpia	Senglar
	Minimalista	1		Menú del Montseny	Peix
	Altres	4		Típica cuina catalana	Rostits
8.	Si	17		Mel	Cargols
	No	28		Vi de la finca	Cervesa del Montseny
Quin recordatori?	Punt llibre	2		Pa propi	Xató
	Melmelada	2		logurts i Formatges artesans	Bolets
	Productes de l'hort	5		Vedella	Canelons
	Vi	2	17.	Sí	25
	Autocar gratuït	1		No	1
	Amenities	4		100%	16
	Bombons i cava	1		75%	9
				50%	
				25%	1

Font: Elaboració pròpia a partir de les enquestes als empresaris d'allotjament.

Taula 14 – Respostes a l'enquesta realitzada als empresaris d'allotjament

ALBERG 1	ALBERG 2	ALBERG 3	APARTAMENT 1	APARTAMENT 2	APARTAMENT 3	APARTAMENT 4
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
TEMPS	COST ECONÒMIC	TEMPS	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	AMPLITUD TEMES	HO DESCNEIX
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
B.MEDIAMBIENTALS	IMATGE	B.MEDIAMBIENTALS	IMATGE	B.MEDIAMBIENTALS	B.MEDIAMBIENTALS	IMATGE
5	4	5	5	5	5	4
					SI, MANUAL	
SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI
RÚSTIC		RÚSTIC	MINIMALISTA	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC
SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO
MELMELADA				SABONETS	PUNT LLIBRE	
5	4	5	5	5	4	4
SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI
CONSERVAT	MODERNITZAT	CONSERVAT			CONSERVAT	CONSERVAT
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
MAPES	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS PRÒPIS	FULLETONS	FULLETONS
FULLETONS	MAPES		ORAL		INFO ORAL	INFO ORAL
ORAL	ORAL					
FULLETONS PRÒPIS						
SI, ORAL	SI, ORAL	NO	SI, ORAL	NO	SI, ORAL	NO
NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO
SI			SI	SI		NO
MELMELADA PRÒPIA			MENÚ DEL MONTSENY	TÍPICA CUINA		NO
SI			SI	SI		NO
75%			75%	100%		25%

CASA 1	CASA 2	CASA 3	CASA 4	CASA 5	CASA 6	CASA 7	CASA 8
NO	NO	SI, CCPAE	SI, CCPAE	NO	NO	NO	NO COST
COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	RENOVACIÓ HO	ECONÒMIC
SI	SI	SI	SI	SI	SI	DESCONEIX	NO
IMATGE	B.MEDIAMBIENTALS	B. MEDIAMBIENTALS	IMATGE	B.MEDIAMBIENTALS	BENEFICIS ECONÒMICS		
5	5	5	5	5	5	5	5
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
RÚSTIC	RECICLAT, RESTAURAT	RECICLAT, RESTAURAT	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC
SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI
PRODUCTES HORT				MELMELADA I MEL			VI
5	5	5	5	5	5	5	5
SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI
CONSERVAT						CONSERVAT	CONSERVAT
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
INFO ORAL	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	WEB	FULLETONS
FULLETONS	ORAL	ORAL	MAPES	INFO ORAL	INFO ORAL	FULLETONS	
MAIL			ORAL	FULLETONS PRÒPIS		ORAL	
SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
SI	SI	SI		SI		SI	
SI	MEL VI	MEL VI		TÍPICA CUINA		TÍPICA CAT	
SI	SI	SI		SI		SI	
50%	100%	100%		100%		100%	

CASA 9	CASA 10	CASA 11	CASA 12	CASA 13	CASA 14	CASA 15	CASA 16	CASA 17
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
AMPLITUD TEMES	COST ECONÒMIC	NO ESTÀ D'ACORD AMB ELS DISTINTIUS	NO N'HI HA	TEMPS	DESCONEC HO	DESCONEC HO	AMPLITUD	AMPLITUD
SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
BENEFICIS ECONÒMICS		B.AMBIENTALS	MILLOR ORGANITZACIÓ	ESTEM AL DIA		COMPETITI VA	B.MEDIAMBIENT ALS	B.MEDIAMBIENT ALS
5	5	5	5	5	4	5	5	5
								SI, MANUAL
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC	ECOLÒGICA	RÚSTICA	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC
NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI
				HORT	HORT	HORT, VI	HORT	PUNT LLIBRE
5	5	5	5	5	5	5	5	4
SI	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI
CONSERVAT			CONSERVAT				CONSERVAT	CONSERVAT
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
FULLETONS	FULLETONS PRÒPIS	MAPES FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS
ORAL		ORAL		ORAL	ORAL	ORAL	MAIL	INFO ORAL
SI, ORAL	SI, ORAL	NO	SI, ORAL	SI, ORAL	NO	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
		SI	SI					
		CATALANA	PA PROPI,					
		SI	SI					
		100%	100%					

CÀMPING 1	CÀMPING 2	CÀMPING 3	CÀMPING 4	CÀMPING 5	CÀMPING 6	CÀMPING 7	CÀMPING 8
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
TEMPS	TEMPS	COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	AMPLITUD TEMES	COST ECONÒMIC	RENOVACIÓ	HO DESCONEIX
SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI
EMPRESA COMPETITIVA		B.MEDIAMBIENT		BENEFICIS ECONÒMICS	B.MEDIAMBIENTALS	BENEFICIS ECONÒMICS	IMATGE
4	4	5	5	5	5	4	5
	SI					NO	
	ORAL						
NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO
				RÚSTIC	RÚSTIC		
NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	AUTOCAR GRATIS						
4	4	4	4	5	5	4	4
NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
	MODERNITZAT			CONSERVAT	CONSERVAT		
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETÓ PRÒPI	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS	FULLETONS
		MAPES	ORAL	ORAL		MAPES	ORAL
NO	NO	NO	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	NO	SI, ORAL
NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO
	SI				SI	SI	
	CATALANA				VEDELLA I SENGLAR	PEIX	
	SI				SI	SI	
	100%				100%	75%	

FONDA 1	HOSTAL 1	HOTEL 1	HOTEL 2	HOTEL 3	HOTEL 4	HOTEL 5
NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
COST ECONÒMIC	COST ECONÒMIC	TEMPS	NO HO SAP	AMPLITUD	AMPLITUD	RENOVACIÓ
SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI
B.ECONÒMICS	B.MEDIAMBIENT	IMATGE		B.MEDIAMBIENT	B.MEDIAMBIENTALS	IMATGE
5	5	3	5	3	5	5
NO	SI			NO		SI
	ORAL					ORAL
SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI
RÚSTIC		RÚSTIC	MODERN	RÚSTIC		RÚSTIC
NO	NO	NO	SI	NO	SI	SI
			BOMBONS I CAVA		AMENITIES	AMENITIES
5	5	5	4	5	5	5
NO	NO	SI	NO	NO	NO	NO
		CONSERVAT				
SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI
FULLETONS	ORAL	FULLETONS	FULLETONS			FULLETONS
		FULLETONS PROPIS				MAPES
						VISITES
SI, ORAL	NO	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	SI, ORAL	NO
NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
			CUINA CATALANA, GIRONINA			
CARGOLS	SENGLAR	ROSTITS		CANELONS ÀVIA	NO	CERVESA MONTSENY
SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
100%	75%	100%	75%	100%	75%	100%

HOTEL 6	HOTEL 7	HOTEL 8	HOTEL 9	PENSIÓ 2	PENSIÓ 3
NO	NO	NO	NO	NO	NO
RENOVACIÓ	NO HO SAP	NO HO SAP	HO DESCONEIX	NO HO SAP	NO HO SAP
SI	NO	SI	HO DESCONEIX	HO DESCONEIX	HO DESCONEIX
IMATGE		IMATGE			
5	5	4	5	4	4
SI	SI	NO	NO	NO	NO
ORAL	INFO ORAL				
SI	SI	SI	SI	SI	NO
RÚSTIC	FA CALIU	RÚSTIC	RÚSTIC	RÚSTIC	
SI	NO	NO	NO	NO	SI
AMENITIES					CARAMELS
5	5	4	5	4	4
NO	SI	SI	SI	NO	SI
	CONSERVAT	CONSERVAT	CONSERVAT		CONSERVAT
SI	SI	SI	SI	SI	SI
FULLETONS	FULLETONS PROPIS	ORAL	FULLETONS	ORAL	ORAL
MAPES		FULLETONS			
NO	NO	NO	NO	NO	NO
NO	NO	NO	NO	NO	NO
SI	SI		SI	SI	SI
BOLETS, SENGLAR	FORMATGES, IOGURT ARTESANS		TÍPICA CATALANA	XATÓ	CARN
SI	SI		SI	SI	SI
100%	100%		75%	75%	100%

Font: Elaboració pròpia a partir de les enquestes als empresaris d'allotjament.

BIBLIOGRAFIA

Aulet, Sílvia (2012). Introducció al Turisme Cultural, Concepte i Bibliografia. Inèdit. Apunts procedents de UdGMoodle.

Ballart Hernandez, J. i Juan i Tresserras, J. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.

COMISIÓN MUNDIAL SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO (1987). *Brundtland Report – Our Common Future*. United Nations.

CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE (1995). *Carta del Turismo Sostenible*. Lanzarote.

Club de Producto Reservas de la Biosfera Españolas (2011). *Manual del Producto Turístico Reserva Mundial de la Biosfera*. Consorcio Insular de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma.

Club Casonas Asturianas (2012). *Referencial "Casonas Asturianas"*. Asturias.

Donaire, José Antonio (2008). *Turisme cultural. Entre l'experiència i el ritual*. Bellcaire d'Empordà: Vitel·la.

EUROPARC-España (2010). *Guía para la adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios protegidos*. Madrid.

EUROPARC FEDERATION (1999). *Texto Oficial Carta Europea de Turismo Sostenible*. Paris.

Galí, N. Majó, J. i Vidal, D. (2000). "Patrimonio cultural y turismo: nuevos modelos de promoción vía internet". *Cuadernos de Turismo*, 6, 73-87.

Galí, N. (2002). "El paper del guia en la difusió del patrimoni cultural". *Revista de Girona*, 212, 78-80.

GALÍ, N. (2005). "La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona". *Revista Pasos*. Vol. 3, nº 2, 273-281.

ICOM (2013). *Código de Deontología del ICOM para los Museos*. Consejo Internacional de Museos. Buenos Aires : 15ª Asamblea General del ICOM.

ICOMOS (1999). *Carta Internacional Sobre Turismo Cultural*. Asamblea General en México.

Iniesta i González, M. (1991). “Los tratamientos patrimoniales del paisaje. Leer, escribir u mostrar el entorno”. Conferencia en Universidad Autónoma de Querétaro: s/p.

Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (2009). *Anàlisi de les definicions de turisme cultural i de les formes de recompte dels turistes culturals*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

Catalunya. Llei 9/1993, de 30 de setembre, de patrimoni cultural català. (DOGC núm. 1807, d011.10.1993. Barcelona).

MacCannell, D. (1973) ‘Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings’, *American Journal of Sociology*, 79(3): 589-603.

Rueda i Torres, J.M. (2000). *Usos del Patrimoni Cultural*. Museu Etnològic del Montseny, La Gabella.

OBSERVATORI DE TURISME (2010). *Turisme de qualitat, sostenible i responsable*. Direcció General de Turisme, Generalitat de Catalunya.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1997). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998). *Introducción al turismo*. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2004). *Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural*. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2012). *Global report on food tourism*. Madrid.

PARC NATURAL DEL MONTSENY (2010). *Diagnosi de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny*. Viladrau.

PARC NATURAL DEL MONTSENY (2011). *Programa d’actuacions de la Carta Europea de Turisme Sostenible al Montseny*. El Brull.

Prats, Llorenç. 1997. *Antropología y patrimonio*. Ariel, Barcelona.

Prats, Llorenç. 2005. *Concepto y gestión del patrimonio local*. Cuadernos de Antropología Social, nº 21, 17-35.

Prats, Llorenç. 2010. *Patrimoni etnològic, present i futur*. Barcelona.

Prats, Llorenç. 2011. "La viabilidad turística del patrimonio". *Revista Pasos*, vol. 9 nº 2, 249-264.

Richards, G. (2008). *Nous camins per al turisme cultural?* Barcelona: Observatori Interarts.

Richards, G. (2012). *Food and the tourism experience, a Global Report on food tourism*. Madrid.

Santana Talavera, A. (2002). "Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico". VI Encontro Nacional de Turismo com base local, Campo Grande.

Santana Talavera, A. (2003). "Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran". *Revista Pasos*, vol. 1 nº 1, 1-12.

UNESCO (1972). *Convención para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Paris.

WEBGRAFIA

BIOSPHERE TOURISM. 2013. Instituto de Turismo Responsable. 3 maig 2013, <http://biospheretourism.com/>

EUROPARC ESPAÑA. 2013. Europarc España. 9 març 2013, http://www.redeuroparc.org/carta_europea_turismo_sostenible.jsp

EUROPARC FEDERATION. 2013. Europarc Federation. 9 març 2013, <http://www.europarc.org/what-we-do/european-charter-for>

GREEN GLOBE CERTIFICATION. 2013. 3 maig 2013, <http://greenglobe.com.mx/register/standard/>

LORCA TALLER DEL TIEMPO. 2013. Lorca Taller del Tiempo. Región de Murcia – Consejería de Cultura y Turismo. 7 abril 2013, http://lorcatalldeltiempo.es/PORTAL/iya.cns_lorca.web?idi=1

PAN PARKS. 2013. Apply for verification. 15 maig 2013, <http://www.panparks.org/learn/partnerships-for-protected-areas/apply-for-verification>

PROYECTO CERES – ECOTUR. 2012. Turismo Rural Ecológico en España. 15 maig 2013, http://www.ceres-ecotur.es/v_portal/apartados/pl_basica.asp?te=5

UNIÓN INTERNACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA. 2013. UICN. 20 març 2013, <http://www.iucn.org/es/>

XARXA DE PARCS NATURALS. 2013. Diputació de Barcelona. 10 abril 2013, <http://www.diba.es/parcsn/parcs/home.asp>