

Revista

- [SciELO Analytics](#)

Artículo

- [Español \(pdf\)](#)
- [Artículo en XML](#)
- [Referencias del artículo](#)
- [Como citar este artículo](#)
- [SciELO Analytics](#)
- [Traducción automática](#)
- [Enviar artículo por email](#)

Indicadores

- Citado por SciELO

Links relacionados

- Similares en SciELO

Compartir

- [!\[\]\(039cd6b2e7148ba5690aa619b922c426_img.jpg\) \[!\\[\\]\\(8b9db310e3bd56ffa44f3d5130ea99e2_img.jpg\\) \\[!\\\[\\\]\\\(49f66b396e80c47181c1b6b90370748d_img.jpg\\\) \\\[!\\\\[\\\\]\\\\(f186cdc5336a7be142e8eda07f4bdfc8_img.jpg\\\\) \\\\[!\\\\\[\\\\\]\\\\\(8d86d9d4a1b60f6ddfe06edafff75620_img.jpg\\\\\) Otros !\\\\\[\\\\\]\\\\\(d46387e74d38c3440811d55bc6527bbb_img.jpg\\\\\)\\\\]\\\\(#\\\\)\\\]\\\(#\\\)\\]\\(#\\)\]\(#\)](#)
- [!\[\]\(bfdf1a08e13d622cc2488cb1f4760934_img.jpg\) Otros](#)

- [Permalink](#)

[Estudios y perspectivas en turismo](#)

versión On-line ISSN 1851-1732

Estud. perspect. tur. vol.20 no.5 Ciudad Autónoma de Buenos Aires sept./oct. 2011

DOCUMENTOS DE BASE

Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos - El caso de Andalucía - España

Ana Gessa*

Nuria Toledano**

Universidad de Huelva España

* Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Dirección de Operaciones de la Universidad de Huelva (España). E-mail: gessa@uhu.es

** Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Dirección de Empresas y Marketing, Universidad de Huelva (España). E-mail: toledano@uhu.es

Resumen: Las áreas naturales protegidas de Andalucía (España) constituyen un claro ejemplo de las oportunidades que la protección del entorno social y medioambiental ofrece para el emprendimiento responsable y la colaboración entre los diversos agentes socio-económicos. En este trabajo, se realiza una caracterización de las iniciativas empresariales que orientan el desarrollo de su actividad hacia la conservación de dichas áreas. En particular, se analizan las empresas del sector turístico adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) ubicadas en el marco de los espacios naturales protegidos andaluces acreditados. Sus actividades empresariales constituyen un ejemplo de acción colaborativa entre agentes privados y gestores públicos en el marco de las acciones para la protección y conservación de los recursos naturales. Del estudio se desprende que tanto las características ambientales y socioeconómicas de dichos espacios, como las nuevas demandas de la sociedad, más concienciada con el medio ambiente, han favorecido el emprendimiento pro-sostenible en diferentes ámbitos de actividad (hospedaje rural, restauración, ecoturismo, turismo deportivo, etc.).

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento pro-sostenible; Carta Europea de Turismo Sostenible; Turismo de naturaleza; Espacios naturales protegidos.

Abstract: *Tourism Entrepreneurship and Sustainability in Protected Natural Areas. The Case of Andalusia - Spain.* The protected natural areas of Andalusia (Spain) are a clear example of the opportunities that the protection of the environment provides for responsible entrepreneurship and collaboration among various socio-economic agents. In this paper, the tourism businesses joined to the European Charter for Sustainable Tourism (CETS) and located within protected natural areas of Andalusia is analyzed. Its business activities are an example of collaborative action between private and public managers in the context of actions for the protection and conservation of natural resources. The study shows that both environmental and socioeconomic characteristics of such areas, as well as the new demands of society more aware of the environment, have favored the development of sustainopreneurship in different fields (rural housing, restoration, ecotourism, sports tourism, etc.).

KEY WORDS: Sustainable entrepreneurs; European Charter for Sustainable Tourism; Nature tourism; Protected natural areas.

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo el sector privado, en especial las grandes empresas, ha mantenido una política de externalización de costes primando la satisfacción de sus accionistas a través de la distribución de dividendos, sin contemplar en sus políticas y actuaciones las repercusiones que su actividad podía tener sobre un entorno social y natural cada vez más deteriorado, reflejo de una degradación medioambiental sin precedentes.

Por su parte, el sector público a pesar de que ha venido acentuando su compromiso social y medioambiental, sus propósitos enmarcados en un horizonte temporal cortoplacista -que normalmente abarca un periodo legislativo- se han mostrado insuficientes para encontrar alternativas que solucionen los problemas que sufre el planeta en el presente y, previsiblemente, en el futuro más inmediato.

Precisamente es este contexto el que ha situado a las nuevas y pequeñas empresas en una posición privilegiada dentro del panorama actual al constatarse su capacidad genérica para crear riqueza, desarrollo y bienestar (Carree & Thurik, 2003). No obstante, más específicamente es el emprendimiento responsable y sostenible, es decir, el que adopta un enfoque de abajo a arriba para analizar e implantar soluciones locales que hagan frente a los problemas del entorno, el que está llamado a ser uno de los grandes protagonistas en la creación de un mundo sostenible (Abrahamsson, 2008; Hart, 2005; Prahalad, 2004). Concretamente, tal y como señala la Agenda 21, el emprendimiento responsable puede jugar un papel fundamental en mejorar la eficiencia en el uso de los recursos reduciendo riesgos y peligros que atenten contra la salud de las personas minimizando los residuos y salvaguardando el entorno y las cualidades culturales. Un caso particular de este tipo de emprendimiento es el que llevan a cabo las empresas de turismo sostenible en espacios naturales protegidos las cuales no sólo son responsables y contribuyen a la conservación del medio natural sino que también promueven la educación y el desarrollo de una cultura comprometida con la naturaleza y las riquezas de la tierra. En dicha labor la cooperación con las instituciones resulta fundamental (Bramwell & Sharman, 1999) y de ahí que diversos modelos de colaboración empiecen a ser comunes en situaciones en las que el emprendimiento se orienta hacia la satisfacción/solución de necesidades/problemas sociales (Steyaert & Hjorth, 2006).

EL EMPRENDIMIENTO PRO-SOSTENIBLE: ORIGEN Y CARACTERIZACIÓN

La identificación del emprendimiento como pro-sostenible se deriva en parte de la relación amistosa que se establece entre las empresas -en particular las nuevas y pequeñas empresas- y el entorno en el que desarrollan su actividad.

La filosofía subyacente no es otra que la consideración del sistema empresarial como una parte de un sistema más amplio del que forma parte -el sistema social- en el que es especialmente relevante el disfrute y aprovechamiento de las personas que conforman la sociedad del servicio/producto ofrecido por la empresa. A su vez dicho sistema constituye una parte de otro más elevado, el sistema natural, en el que se sitúa la biosfera y en el que prima la conservación del medio ambiente en su estado original (ver [Figura 1](#)) (Abrahamsson, 2008).

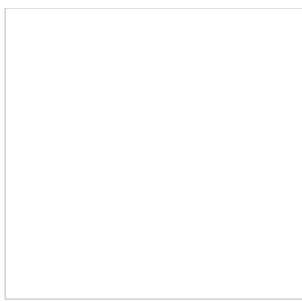


Figura 1: Visión global del sistema empresarial

En este caso, lejos de provocar nuevos riesgos ecológicos y presiones medioambientales el emprendimiento pro-sostenible emerge como una forma organizativa que permite canalizar la creatividad y los nuevos descubrimientos de recursos, productos y servicios hacia la búsqueda de soluciones a problemas sociales y medioambientales para contribuir así a la preservación del planeta. Dicho de otro modo, se trata de empresas responsables y con propósito que hacen de algunos de los riesgos globales a los que se enfrenta el mundo una oportunidad de negocio para el desarrollo de innovaciones sostenibles (Abrahamsson, 2008). De esa forma, la actividad empresarial deja de ser una parte del problema, para convertirse en una parte importante de la solución.

Específicamente, tomando como punto de partida el nexo de unión entre la literatura sobre desarrollo sostenible y sobre creación de empresas, el emprendimiento pro-sostenible se ha caracterizado por su orientación prioritaria hacia la preservación de la naturaleza, el apoyo a la vida y a la comunidad a través de la búsqueda y explotación de oportunidades que se materializan en nuevos productos, procesos y servicios. Éstos generan ganancias, en el sentido más amplio del término, es decir incluyendo las económicas y no económicas, de manera que se satisfacen las necesidades de los individuos (inversores y empresarios), la economía y la sociedad en general (Shepherd & Patzelt, 2010).

Aunque son numerosos los autores que han defendido el papel que puede desempeñar la actividad empresarial en la preservación de los ecosistemas, en la mitigación de los efectos negativos del cambio climático, en la reducción de la degradación medioambiental y la deforestación y, en general, en el mantenimiento de la biodiversidad (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2007), el emprendimiento pro-sostenible constituye aún una novedosa línea de investigación que se encuentra en fase embrionaria. Para acentuar el enfoque proactivo que adoptan las nuevas empresas a favor de las cuestiones sociales y medioambientales y del cumplimiento de una agenda sostenible, en una parte importante de la literatura internacional se emplea el término "sustainablepreneurship". En concreto, dicho término fue introducido a principios del presente siglo para hacer referencia a los enfoques directivos de cambio proactivo asociados con los procesos de ajuste hacia un mayor respeto del entorno (Hockerts, 2003; Gerlach, 2003). No obstante, sus antecedentes se sitúan en otros dos tipos de emprendimientos: el emprendimiento social y el emprendimiento ecológico (ver Figura 2).

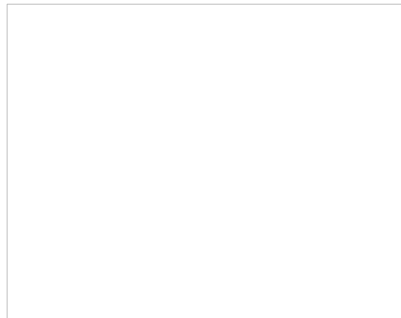


Figura 2: Antecedentes del emprendimiento pro-sostenible

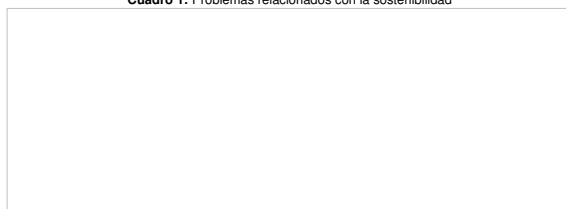
El emprendimiento social (social entrepreneurship) es aquel que abarca las actividades y procesos llevados a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de aumentar la riqueza social creando nuevas empresas o dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora (Zahra et al., 2009). Así pues, lo identificativo en este tipo de emprendimiento es el propósito de crear valor social por encima de la creación de riqueza personal a través de innovaciones sociales más que económicas, con el fin de solucionar problemas sociales en lugar de satisfacer necesidades individuales. Se diferencia, por tanto, del emprendimiento pro-sostenible en el hecho de que aquel no incluye entre sus objetivos el mantenimiento de la naturaleza y las fuentes de apoyo de la vida y de la comunidad (Shepherd & Patzelt, 2010).

Por su parte, el emprendimiento ecológico (ecopreneurship o ecological entrepreneurship) se centra en orientar la acción empresarial hacia la preservación del entorno natural en particular la tierra, la biodiversidad y los ecosistemas (Pastakia, 1998; Schaper, 2005). Por tanto, se dirige prioritariamente hacia la solución de los problemas medioambientales buscando también la modificación de las actitudes y prácticas en su relación con el entorno. El emprendimiento ecológico o eco-empredimiento es, por tanto, una parte del emprendimiento pro-sostenible aunque no es sinónimo del mismo puesto que no cubre explícitamente el mantenimiento de las comunidades, y el desarrollo de ganancias no económicas para los individuos y la sociedad.

Así pues, de los tres tipos de emprendimiento identificados el pro-sostenible es el único que hace frente de forma holística e integrada a los retos ecológicos y sociales, tanto en lo que respecta al propósito que justifica su razón de ser como a los procesos que desarrolla para llevar a cabo su actividad. De ahí que el principal objetivo de las empresas enmarcadas en dicho concepto sea el logro de la sostenibilidad, añadiendo valor ecológico, social y económico con un sesgo hacia las cuestiones intangibles -a través de la desmaterialización /resocialización- (Abrahamsson, 2006). Ha sido definido recientemente por Abrahamsson (2006) como el nexo de unión entre el emprendimiento (o intra-empredimiento) y la innovación para la sostenibilidad o, más concretamente, como la forma de enfocar un problema relacionado con la sostenibilidad con la identificación de soluciones que se llevan a cabo en el mercado gracias a las innovaciones desarrolladas a través de una organización eficiente.

De lo anterior se derivan, además, tres características que son determinantes en esta forma de emprendimiento. En primer lugar, el emprendimiento que es pro-sostenible adopta un compromiso consciente sobre todo durante el proceso de creación de la empresa mediante la búsqueda y aplicación de innovaciones que resuelvan los problemas vinculados con la agenda de la sostenibilidad (ver Cuadro 1).

Cuadro 1: Problemas relacionados con la sostenibilidad



En segundo lugar, implica la obtención de soluciones que se ponen de manifiesto en el contexto del mercado a través de una organización creativa. Por tanto, se trata de una forma de emprendimiento que va más allá de las organizaciones no gubernamentales o las entidades de caridad. Por último, añade valor sostenible en relación a los sistemas de apoyo de la vida, en el sentido más amplio del término. La consciencia plena de que el sistema empresarial y el mercado constituyen un subsistema del sistema social en el que se inserta, el cual, a su vez, es un subsistema de la biosfera (ver Figura 1), implica la búsqueda de armonía con el sistema de apoyo al proceso de la vida.

En definitiva, el emprendimiento pro-sostenible mantiene una visión holística del mundo guiando su acción hacia la interacción y cooperación de los diferentes agentes (pequeñas empresas e instituciones públicas, principalmente), sistemas (empresarial, social y natural) y recursos de la comunidad (Abrahamsson, 2008).

EL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE

Una de las manifestaciones más significativas que el emprendimiento pro-sostenible está teniendo en los últimos años se encuentra vinculada con las iniciativas empresariales de turismo sostenible puestas en marcha en los espacios naturales protegidos. El auge de las mismas se debe en parte, a la mayor concienciación de la comunidad institucional internacional sobre la necesidad de promover la sostenibilidad en las empresas del sector turístico en general, y de aquellas ubicadas en las áreas protegidas en particular.

En concreto, el turismo sostenible es definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1993: 22) como:

el turismo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Como se desprende de esta definición, así como de las recogidas anteriormente en diferentes documentos y declaraciones (OMT, 1980; 1989), la interdependencia entre crecimiento económico y conservación ambiental y la necesidad de una distribución equitativa de sus beneficios configuran los principios más relevantes que fundamentan el desarrollo turístico sostenible. Asimismo, y como se deriva también de la definición de la OMT, el nuevo planteamiento para la actividad turística requiere alternativas que den respuesta al cambio de escenario que se viene observando en los últimos años lo que exige un nuevo modelo turístico no sustentado, al menos en exclusividad, sobre los parámetros tradicionales del crecimiento cuantitativo de la demanda turística sino resaltando también el papel del entorno natural y de las variables sociales en el desarrollo de cualquier actividad empresarial vinculada con el turismo. Esto demanda el esfuerzo de todos los agentes implicados apostando por la sostenibilidad como oportunidad para el desarrollo de las iniciativas empresariales que operen en este ámbito. Dichas iniciativas reflejan la filosofía subyacente en el emprendimiento pro-sostenible definido anteriormente integrando las dimensiones medioambientales, socio-culturales y económicas. Así pues, proteger el entorno natural, preservar la herencia cultural, mantener las estructuras de la comunidad, el empleo y los recursos humanos se encuentran entre sus objetivos prioritarios.

Por la singularidad del entorno, merecen especial mención las empresas turísticas ubicadas o que desarrollan su actividad en espacios naturales protegidos (ENP), reconocidos por su calidad medioambiental, su buen estado de conservación y el valor de sus recursos naturales y culturales (Nepal, 2000). En concreto, en España se incluyen entre los ENP las aguas continentales y los espacios marítimos sujetos a la jurisdicción

nacional que contienen elementos y sistemas naturales de especial interés o valores naturales sobresalientes y que se encuentran protegidos jurídicamente (Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre). Además, de acuerdo con la Federación Europea de Parques Nacionales (EUROPARC, Federation, 1999:1), se entiende por turismo sostenible en áreas naturales protegidas [...] *todas las formas de desarrollo del turismo, de gestión y actividad que mantengan la integridad económica, social y medioambiental y una buena calidad de los recursos naturales, materiales y culturales para las generaciones que vendrán.*

La necesaria protección pública de estas zonas hace que la colaboración de las empresas pro-sostenibles con las instituciones resulte fundamental, sobre todo de cara a garantizar el desarrollo apropiado de la actividad empresarial y la protección del entorno natural, cultural y social (Hassan, 2000; Toledano y Gessa, 2002; Poggi *et al.*, 2006).

Dicha colaboración se pone de manifiesto en numerosos programas y planes de apoyo y fomento entre los que cabe destacar -por su ámbito de aplicación y relevancia consolidada en los últimos años- la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) promovida por la Federación EUROPARC la cual obliga a los gestores de los ENP y a las empresas del sector turístico a definir sus estrategias de forma participada y con criterios de sostenibilidad (ecológicos, socioculturales y económicos) con el fin de asegurar que el turismo en estas áreas esté bien gestionado y sea sostenible.

La CETS se inscribe entre las prioridades mundiales y europeas recogidas en las recomendaciones de la Agenda 21. Asimismo, se incluye entre las líneas de actuación prioritarias del Programa "Parques para la vida" de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) y cumple los principios de la Carta Mundial del Turismo Sostenible (OMT, 1995). Su objetivo principal es promover y consolidar los ENP como destino turístico basado en criterios de sostenibilidad, a través de (EUROPARC Federation, 2007):

- El fomento del conocimiento y el apoyo a los espacios protegidos de Europa que representan una parte fundamental del patrimonio y que se deben conservar para que las generaciones actuales y futuras puedan disfrutarlos.
- La mejora del desarrollo sostenible y la gestión del turismo de los espacios protegidos, teniendo en cuenta las necesidades del medio ambiente, de los residentes locales, de las empresas y de los visitantes.

La adhesión a la CETS está sujeta a un proceso renovable periódicamente (ver [Figura 3](#)) que se inicia con la acreditación de los ENP que lo deseen, imprescindible para que las empresas ubicadas en los mismos o que desarrollen su actividad y soliciten su adhesión a la misma. Es por ello que en dicho proceso se distinguen tres fases: una primera para los ENP que quieran adherirse (abierta desde 2001), una segunda para las empresas turísticas del interior y del entorno de los ENP (disponible desde 2007) y una tercera fase en proceso de desarrollo que incluiría en el proyecto a los touroperadores que trabajan con los ENP.

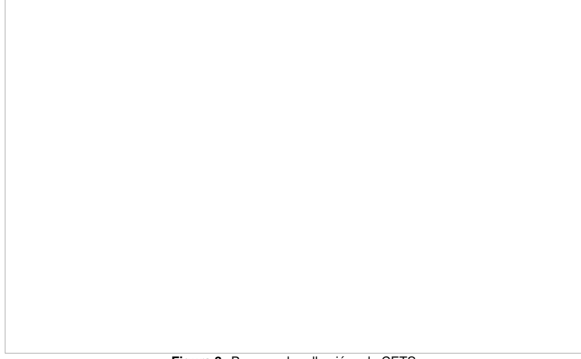


Figura 3: Proceso de adhesión a la CETS

La adhesión de las empresas a la CETS implica el cumplimiento de los requisitos establecidos tanto a nivel europeo como local para garantizar, por un lado, la uniformidad de su aplicación en toda Europa y, por otro lado, la compatibilidad de la actividad empresarial desarrollada con las estrategias sostenibles de los ENP (ver [Cuadro 2](#)).

Cuadro 2: Requisitos de adhesión a la CETS para las empresas turísticas



Por su parte, la CETS -para rentabilizar el compromiso con la sostenibilidad de la empresa adherida,- favorece el desarrollo de sus actividades aportándole beneficios tales como la reducción de costes de explotación mediante auditorías y el uso sostenible de los recursos (energía, agua, etc.), el incremento de la cuota de mercado (nuevos clientes atraídos por los espacios protegidos, nuevas ofertas turísticas orientadas hacia el descubrimiento del medio ambiente, etc.) y la promoción, difusión, comercialización y venta de determinados productos o servicios de los ENP.

El marco descrito en los párrafos anteriores ha favorecido aún más la creación de empresas pro-sostenibles en áreas protegidas tanto en sectores tradicionales (restauración, alojamiento, etc.) como en otros más innovadores en los que se incluyen, por ejemplo, las empresas que operan en el ámbito del turismo de naturaleza, modalidad que ha aumentado considerablemente en la última década en España (IET, 2009; Secretaría General de Turismo, 2004).

EL CASO DE ANDALUCÍA

Andalucía es la comunidad autónoma con más superficie protegida en España (2.605.399 hectáreas), de ahí que el 30% de su territorio albergue un total de 153 áreas protegidas (EUROPARC-España, 2009), localizadas en su mayoría, como en el resto de España, en territorios rurales de algunas de sus 8 provincias (Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla). Así pues, la preservación y valorización de estos espacios se ha convertido en los últimos años en líneas prioritarias de actuación para las administraciones y otras instituciones a través de diferentes medidas que han favorecido el emprendimiento pro-sostenible en estas áreas, convirtiéndose el sector empresarial (principalmente el turístico) en pieza clave del desarrollo sostenible de los espacios protegidos.

Los espacios naturales adheridos a la CETS

En los últimos diez años, Andalucía se ha convertido en un referente en las iniciativas adheridas a la CETS, situándose a la cabeza de España y de Europa. De ahí, que 18 (60% de los ENP adheridos a la CETS en España) de sus espacios naturales protegidos se incluyan en la lista de los ENP adheridos a la CETS (ver [Figura 4](#)).

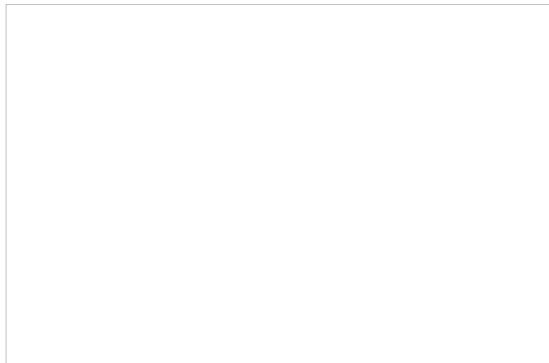
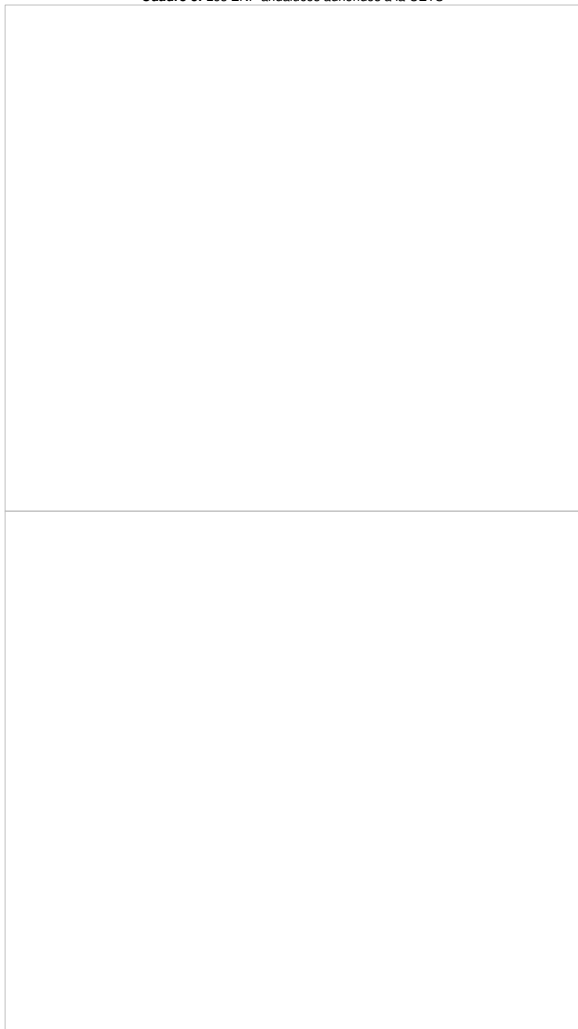


Figura 4: Los ENP andaluces adheridos a la CETS

Aunque la mayoría de ellos se circunscribe a una sola provincia, cinco de ellos comparten el entorno entre los municipios de varias provincias. Todos ellos forman parte de la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (RENPA) (ver [Cuadro 3](#)).

Cuadro 3: Los ENP andaluces adheridos a la CETS



Según la clasificación del estudio el 55,5% de los parques analizados son catalogados como "territorios naturales", modalidad que incluye las áreas serranas extensas con una parte sustancial de la población vinculada a las actividades agrícolas, ganaderas y forestales que incluyen la totalidad de varios términos municipales y que presentan los niveles más elevados de relación entre la estructura productiva y los recursos del parque natural. El resto se distribuye entre las categorías de "parques litorales" (27,8%) y "sierras enclaves" (16,7%). La litoralidad que sitúa a los primeros en un entorno de notable crecimiento económico y un elevado grado de urbanización, el tamaño reducido y la proximidad a núcleos urbanos de los segundos justifican la menor relación entre sus estructuras productivas y los recursos naturales de los parques que los "territorios naturales".

Por extensión, la provincia de Jaén destaca con un total de 304.655 hectáreas protegidas y por número de espacios, la provincia de Cádiz con seis. Salvo dos ENP (Doñana y Sierra Nevada que son Espacios Naturales), el resto son Parque Naturales que son áreas naturales poco transformadas por la explotación u ocupación humana que en razón de la belleza, de sus paisajes, la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora, de su fauna o de sus formaciones geomorfológicas poseen unos valores ecológicos, estéticos, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente (Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre).

Además, todas las áreas naturales acreditadas cuentan con un importante reconocimiento por sus valores y recursos materializado en diferentes distintivos. Todas son Lugares de Interés Comunitarios (LIC) y Zona de Especial Protección para Aves (ZEPA) y seis de ellas han sido declaradas Reserva de la Biosfera.

Como se recoge en el [Cuadro 3](#), la adhesión de los entornos naturales a la CETS ha sido escalonada desde 2003, año en el que se acreditaron 5 espacios, los cuales han renovado por primera vez su adhesión cinco años después.

El número de municipios incluidos en el ámbito de aplicación del estudio supera el centenar, distribuido por todo el territorio andaluz y concentrado principalmente en zonas rurales para las que el proyecto ha supuesto una importante oportunidad de recuperación.

La atención al público constituye un factor clave de la gestión de estos espacios, de ahí que todos ellos dispongan en sus centros de visitantes de un equipamiento (ver [Gráfico 1](#)) adecuado para satisfacer las nuevas demandas de sus visitantes. El número de éstos se ha incrementado notablemente en los últimos años, lo que refleja el interés turístico que han despertado estas zonas naturales, lo que ha contribuido a la diversificación de las actividades turísticas emprendidas a su alrededor.

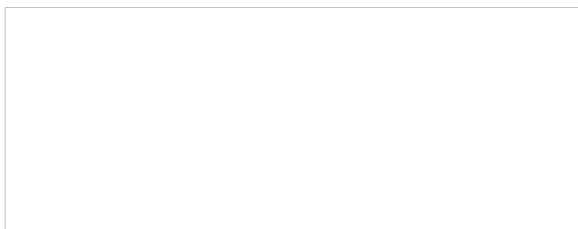


Gráfico 1: Equipamiento de los ENP andaluces

Las iniciativas empresariales adheridas a la CETS

El proceso de adhesión a la CETS iniciado por los ENP ha tenido buena acogida entre las empresas andaluzas que desarrollan su actividad o están ubicadas en sus entornos, aumentando progresivamente el número de participantes. Actualmente son 103 las empresas que ofertan sus productos y servicios en 9 de los ENP andaluces, el 59,2% del total de las acreditadas en España (ver [Tabla 1](#)).

Tabla 1: Empresas andaluzas adheridas a la CETS por tipo de actividad desarrollada

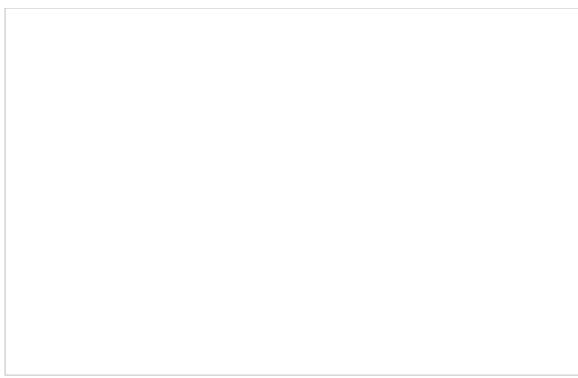


Gráfico 2: Empresas adheridas a la CETS por provincias andaluzas

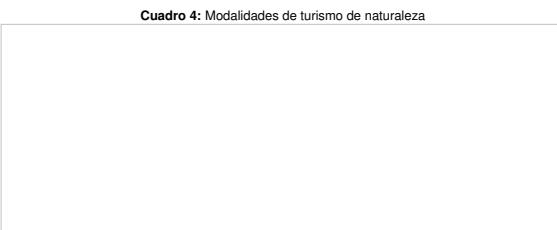
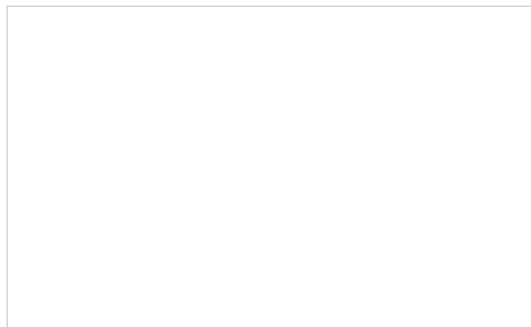
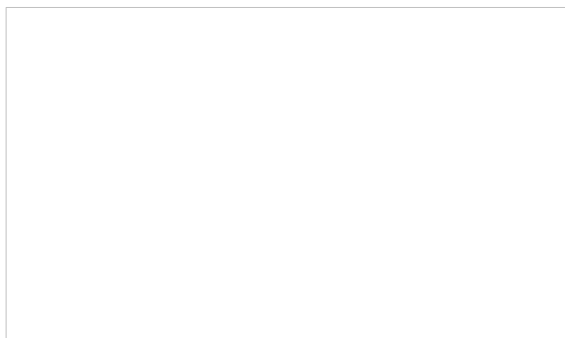


Gráfico 3: Empresas de turismo activo adheridas a la CETS/Registro de Turismo de Andalucía



Cuadro 4: Modalidades de turismo de naturaleza

Por los rasgos definitorios de las diferentes categorías de parques naturales, la actividad empresarial se concentra principalmente en los catalogados como territorios naturales (77,8% de las empresas adheridas). El resto de las empresas desarrollan su actividad o están ubicadas en parques litorales (La Breña y M. de Barbate y Doñana), no existiendo hasta el momento ninguna empresa acreditada en los tipificados como sierras enclave.

Tal vez la extensión y la localización del Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, lo convierta en el espacio con mayor número de empresas acreditadas, de ahí que sólo en la provincia de Jaén se concentre el 31% de las empresas. El resto de las empresas se distribuyen de manera desigual entre las demás provincias andaluzas (ver [Gráfico 2](#)).

Aunque en términos generales la oferta de alojamiento en sus diferentes modalidades (hoteles, casas/complejos rurales, camping, apartahoteles, etc.) predomina sobre las demás actividades y servicios ofertados por las empresas acreditadas, más del 50% de ellas ha emprendido otras actividades diferentes (para algunas se convierte en su actividad principal y para otras completan su oferta turística) a las tradicionales y consolidadas en el sector turístico (restauración y alojamiento), ofreciéndole a sus visitantes otras alternativas que se enmarcan dentro del turismo de naturaleza. Esta modalidad de actividad turística se centra principalmente en la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica sin degradarlos o agotarlos (Secretaría General de Turismo, 2004). El turismo de naturaleza se ha consolidado como una actividad económica propia del contexto andaluz (Fernández & Santos, 2010).

Actualmente un gran número de las iniciativas empresariales vinculadas a la CETS están especializadas en actividades de turismo de naturaleza, incluyendo actividades turísticas por (ecoturismo), sobre (turismo activo) y en (turismo de esparcimiento) la naturaleza (ver [Cuadro 4](#)).

La organización de rutas (caballo, bicicletas, barcos, todoterreno, etc.) está disponible en todas las empresas que ofrecen actividades de naturaleza. Pueden ser realizadas sin un gran equipamiento y, en general, resultan ser las más accesibles para ser organizadas por cuenta propia de turistas y visitantes. Estas iniciativas participan de la motivación principal del turismo de esparcimiento (turismo en la naturaleza), esto es, la realización de actividades recreativas y de entretenimiento en la naturaleza sin degradarla.

Por otro lado, la disponibilidad casi en exclusividad, de determinados recursos naturales (algunas especies animales y vegetales) ha favorecido la especialización por parte de algunas de estas empresas del desarrollo de determinadas actividades turísticas vinculadas a la observación, contemplación, disfrute y/o conocimiento de algunos de los elementos del medio natural, las cuales se incluirían dentro de la modalidad de ecoturismo (turismo por la naturaleza). Así, por ejemplo, Doñana, junto con el Parque Nacional de Monfragüe (Cáceres) constituyen el principal destino de turismo ornitológico en España, hecho que propició la creación a finales del siglo pasado de la sociedad Turismo de Doñana actualmente integrada por 18 socios, mayoritariamente empresas turísticas locales. Esta sociedad es la primera y única agencia de viajes mayorista y minorista en un espacio natural protegido español especializada en turismo de naturaleza y ecoturismo y también la primera entidad en España que trabaja como receptivo de turismo ornitológico.

El turismo activo agrupa el 70% de las actividades ofertadas por las empresas especializadas en turismo de naturaleza que tienen como principal motivación la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usan los recursos naturales sin degradarlos. Para los Parques Naturales que han iniciado la segunda fase del proceso de adhesión con la incorporación de las empresas de sus respectivos entornos, las empresas de turismo activo representan el 22% de las registradas oficialmente como tales (Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2007) (Ver [Gráfico 3](#)).

Las empresas andaluzas certificadas con la CETS asumen que han de cumplir ciertos requisitos para garantizar la sostenibilidad del entorno en el que desarrollan su actividad, de ahí que un elevado porcentaje de ellas tienen formalizado su compromiso con la implantación de estrategias acreditadas, tanto específicas para el sector turístico (Q de Calidad Turística, Marca Parque Natural de Andalucía, etc.) como para la actividad empresarial en general (ISO 9001, ISO 14000, Registro EMAS, etc.).

Por el ámbito del estudio se destaca la Marca Parque Natural de Andalucía, distintivo de calidad que otorga el gobierno autónomo de Andalucía a aquellos productos artesanales y naturales, así como servicios en los Parques Naturales Andaluces y sus áreas de influencia socioeconómica. El 35% de las empresas adheridas a la CETS disfruta de los beneficios ofrecidos por este distintivo, destacando las de turismo activo que supera el 50% de las mismas (ver [Gráfico 4](#)).

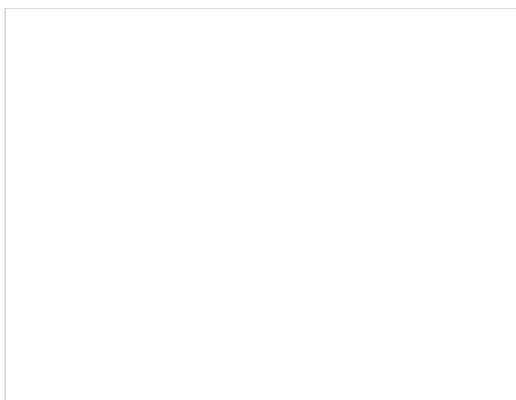


Gráfico 4: Empresas andaluzas con CETS/Marca Parque Natural de Andalucía (MPNA)

Por último, destacar que el uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) es una práctica generalizada entre las empresas. Las utilizan fundamentalmente para promocionarse facilitando así el acceso a nuevos mercados, optimizando el uso de los recursos y mejorando así la relación con los clientes. Todas disponen de un portal de internet (en su mayoría en diferentes idiomas), donde presentan su oferta de productos, servicios y actividades, y cada vez son más las que participan en foros, blogs, redes sociales, etc.

CONSIDERACIONES FINALES

El análisis realizado pone de manifiesto que la actividad turística desarrollada en los ENP es económicamente viable, ecológicamente compatible y socialmente aceptable. La propia definición de ENP justifica el interés que ha suscitado en la última década por parte de instituciones y empresas para a la vez proteger y aprovechar sus recursos y valores, convirtiéndose en el marco ideal para emprender iniciativas pro-sostenibles, aprovechando las oportunidades que le ofrece el entorno y la nueva demanda social como consecuencia de los cambios culturales y motivacionales (Eagles *et al.*, 2002; Epler, 2002; AECI, 2006).

Realidades como la CETS, reflejan el cambio de orientación que ha experimentado el debate ecológico en los últimos tiempos, alejándose de la concepción polarizada y antagónica crecimiento-medio ambiente, para pasar a una valorización más amplia del entorno como recurso productivo básico en el crecimiento económico sostenido.

El número de parques y empresas adheridos a la CETS es un indicador del compromiso asumido por los agentes más implicados en el desarrollo económico sostenible de determinadas zonas geográficas: los parques como gestores, las empresas como creadoras de oportunidades de negocio y, por tanto, generadoras de riqueza económica, social y ambiental y los visitantes como consumidores responsables de los recursos naturales. Su adhesión voluntaria refleja el compromiso adquirido que los obliga a definir sus estrategias de forma participada y con criterios de sostenibilidad (ecológicos, socioculturales y económicos) para asegurar que el turismo en estas áreas esté bien gestionado y sea sostenible.

Las características propias de cada uno de los espacios (accesibilidad, equipamiento, regulación, protección, extensión, fauna y flora, geografía, etc.) han condicionado el tipo de actividad desarrollada por las empresas ubicadas en su entorno más o menos próximo. En este sentido conviene recordar que la otra cara de la moneda que se desprende de la adopción de la sostenibilidad en el fundamento del emprendimiento de dichos espacios no es otra que la dilación en el tiempo de los efectos positivos que emergen de este nuevo modelo económico. En él la búsqueda de la inmediata rentabilidad generada por la atracción de un consumo masivo y, con el tiempo agotable, se reemplaza por la persecución de unos resultados razonables a corto plazo derivados de un consumo educado y guiado para respetar las necesidades de las sociedades futuras y de la evolución del planeta en su conjunto.

Por todo lo expuesto anteriormente se concluye resaltando que a pesar de las dificultades que pudiera conllevar a priori el desarrollo de iniciativas empresariales que operan en el sector turístico en los espacios naturales, su realidad es posible gracias al esfuerzo conjunto de instituciones públicas y empresas que encuentran en sus recursos y en las nuevas demandas sociales un atractivo más para pro-mover la puesta en marcha de empresas dedicadas al turismo de naturaleza. De este modo los espacios naturales se convierten en un input de gran valor para los nuevos modelos de desarrollo turístico demandados por una sociedad más comprometida con su entorno, que reclama el uso eficiente de sus recursos para garantizar la sostenibilidad preservando su integridad social, cultural y medioambiental. Todo ello afianza la concepción según la cual el turismo representa una de las actividades con mejores perspectivas de futuro para el aprovechamiento del capital natural de estas áreas (Pulido, 2008) pese a las debilidades sectoriales detectadas, hasta el momento, en los parques naturales andaluces (origen y tipo de demanda, fundamentalmente).

Quedarían abiertas, sin embargo, numerosas líneas de investigación que profundicen en el tópico aquí analizado. En concreto, sería interesante llevar a cabo un análisis en profundidad de las variables más significativas para el desarrollo del emprendimiento pro-sostenible en las áreas naturales protegidas, fundamentalmente en la dimensión social, lo que significaría considerar por ejemplo las motivaciones del empresario para respetar los derechos humanos y profesionales de sus trabajadores, el grado de concienciación sostenible de los actores implicados, las posibilidades de acceso de los servicios prestados en función de la capacidad adquisitiva del consumidor, o la forma en la que se distribuye la riqueza generada entre los diferentes agentes involucrados. Asimismo, el estudio de la posible asociación entre éstas y otras variables contextuales (tales como la especialización sectorial de las zonas o los valores sociales dominantes), o la extensión de este estudio a otras zonas protegidas de España, o del mundo constituirían enfoques que ayudarían a mejorar la comprensión del tratamiento de la sostenibilidad en el marco de los emprendimientos turísticos en zonas naturales protegidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Abrahamsson, A. (2006) "Sustainopreneurship -business with a cause". En Frostell, B. (Ed.), Science for sustainable development starting points and critical reflections. Swedish Society for Sustainable Development, VHU - Uppsala, pp. 21-30 [[Links](#)]
2. Abrahamsson, A. (2008) "Sustainopreneurship -business with a cause: the promise of creative business organizing for sustainability". En Johannisson & Lindholm Dahlstrand (Eds.), Bridging the functional and territorial views on regional entrepreneurship and development. Swedish Foundation for Small Business Research, Sweden, pp. 137-155 [[Links](#)]
3. AECI - Agencia Española de Cooperación Internacional (2006) "Manual de turismo sostenible Araucaria XXI. Fundamentos y buenas prácticas". Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Madrid [[Links](#)]
4. Bramwell, B. & Sharman, A. (1999) "Collaboration in local tourism policymaking" *Annals of Tourism Research*, 26 (2): 392-415 [[Links](#)]
5. Carree, M. A. & Thurik, R. (2003) "The impact of entrepreneurship on economic growth". En: Audretsch, D. B. & Acs, Z. J. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht, pp. 437-471 [[Links](#)]
6. Cohen, B. & Winn, M. I. (2007) "Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, 22(1): 29-49 [[Links](#)]
7. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (2007) "Registro de Turismo de Andalucía", Junta de Andalucía, Sevilla [[Links](#)]
8. Dean, T. J. & McMullen, J. S. (2007) "Toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action". *Journal of Business Venturing*, 22 (1): 50-76 [[Links](#)]
9. Eagles, P. F.; McCooland, S. & Haynes, C. (2002) "Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management". UICN Gland & Cambridge [[Links](#)]
10. Epler, M. (2002) "Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability". United Nations Environment Programme (UNEP), Paris [[Links](#)]
11. EUROPARC-España (2009) "Anuario EUROPARC-España del estado de los espacios naturales protegidos 2009". Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid [[Links](#)]
12. EUROPARC Federation 1999 "La Carta Europea del Turismo Sostenible en los espacios protegidos" texto oficial, Generalitat de Catalunya, Departament de Medi Ambient, Barcelona [[Links](#)]
13. EUROPARC Federation (2007) "European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas", disponible en <http://www.european-charter.org/become-a-charter-area/charter-part-ii>, consulta en febrero 2011 [[Links](#)]
14. Fernández, A. & Santos, E. L. (2010) "Turismo y parques naturales en Andalucía tras veinte años desde su declaración. Análisis estadístico, tipología de parques y problemática de la situación actual". *Anales de Geografía* 30 (1): 29-54 [[Links](#)]
15. Gerlach, A. (2003) "Sustainable entrepreneurship and innovation". Centre for Sustainability Management, University of Lueneburg, Conference Proceeding of Conference Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Leeds [[Links](#)]
16. Hart, S. L. (2005) "Capitalism at the crossroads: the unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems". Wharton School Publishing, Philadelphia [[Links](#)]
17. Hassan, S. S. (2000) "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-245 [[Links](#)]
18. Hockerts, K. (2003) "Sustainability innovation: ecological and social entrepreneurship and the managing of antagonistic assets". PhD Dissertation, University of St. Gallen, Schweiz [[Links](#)]
19. IET - Instituto de Estudios Turísticos (2009) "Movimientos turísticos en fronteras" (Frontur) y "Movimientos turísticos de los españoles" (Familitur). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid [[Links](#)]
20. Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre. BOJA nº 74, 28/3/1989 [[Links](#)]
21. Nepal, S. K. (2000) "Tourism in protected areas". *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 661-681 [[Links](#)]
22. OMT - Organización Mundial de Turismo (1980) "Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial", Manila [[Links](#)]
23. OMT (1989) "Declaración de la Haya sobre turismo". La Haya [[Links](#)]
24. OMT (1993) "Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects", Paris [[Links](#)]
25. OMT (1995) "Carta Mundial de Turismo Sostenible", Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, Lanzarote [[Links](#)]
26. Pastakia, A. (1998) "Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society". *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2): 157-173 [[Links](#)]
27. Poggi, M.; Ferreira, M. & Ruschmann, D. (2006) "Competitividad y turismo sustentable. El caso de Aguas de San Pedro (San Pablo, Brasil)". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15: 220-235 [[Links](#)]


28. Pulido, J. I. (2008) "Gestión turística activa y desarrollo económico en los parques naturales andaluces. Una propuesta de revisión desde el análisis del posicionamiento de sus actuales gestores". Revista de Estudios Regionales, 81: 171-203 [[Links](#)]
29. Prahalad, C. K. (2004) "The fortune at the bottom of the pyramid -eradicating poverty through profits". Wharton School Publishing, Philadelphia [[Links](#)]
30. Schaper, M. (Ed.) (2005) "Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship". MPG Books, Bodmin, Cornwall [[Links](#)]
31. Secretaría General de Turismo (2004) "El turismo de naturaleza en España y plan de impulso. Estudios de Productos Turísticos", Ministerio de Industria y Comercio, Madrid [[Links](#)]
32. Shepherd, D. A. & Patzelt, H. (2010) "The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking «What is to be sustained» with «What is to be developed»". Entrepreneurship, Theory and Practice, 35 (1): 137-163 [[Links](#)]
33. Steyaert, C. & Hjorth, D. (2006) "Entrepreneurship as social change. A third movement in entrepreneurship book". Edward Elgar, Cheltenham [[Links](#)]
34. Toledano, N. & Gessa, A. (2002) "El turismo rural en la provincia de Huelva. Un análisis de las nuevas iniciativas creadas al amparo de los programas LEADER II Y PRODER". Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario, 6: 107-121 [[Links](#)]
35. Zahra, S. A.; Filatotchev, I. & Wrighth, M. (2009) "How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity". Journal of Business Venturing, 24 (3): 248-260Links] Helvetica, sans-serif">

Recibido el 23 de marzo de 2011

Correcciones recibidas el 25 de abril de 2011

Aceptado el 30 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

 Todo el contenido de esta revista, excepto dónde está identificado, está bajo una [Licencia Creative Commons](#)

Av. del Libertador 774 - Piso 6 "W"
(C1001ABU) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires
República Argentina
Tel./Fax: (54 11) 4522-3222, 4815-3222
cietcr@sinectis.com.ar

Las áreas naturales protegidas de Andalucía (España) constituyen un claro ejemplo de las oportunidades que la protección del entorno social y medioambiental ofrece para el emprendimiento responsable y la colaboración entre los diversos agentes socio-económicos... Estudios y perspectivas en turismo 2011. Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos: El caso de Andalucía - España a Tourism Entrepreneurship and Sustainability in Protected Natural Areas: The Case of Andalusia - Spain. Ana Gessa, Nuria Toledano.