

Universidad de Oviedo

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS
EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO DE LA CIUDAD DE GIJÓN

Autor: Alba Ramos Cuevas

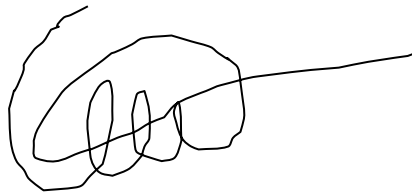
Julio, 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Dña. Alba Ramos Cuevas **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 10 de julio de 2017

Firma del estudiante

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

RESUMEN

El turismo activo se ha convertido en tendencia en el sector turístico no solo por sus implicaciones deportivas sino también por sus implicaciones en el entorno que lo rodea. Este tipo de turismo lleva de la mano la sostenibilidad y una buena gestión empresarial. El trabajo hace un análisis de la situación actual de las empresas de turismo activo de Gijón, ciudad reconocida como referente de un destino sostenible, con respecto al grado de implicación que tienen con varios aspectos: el lugar, los trabajadores y la comunidad.

Palabras Clave; Turismo Activo, Sostenibilidad, Responsabilidad Social Empresarial, Empresa.

ABSTRACT

Active tourism has become popular within the tourism sector. The reason behind it is not just because of the sport activities involved, but also because of the surroundings and atmosphere chosen by the tourist. This kind of tourism is linked to both. Environmental management. The objective of this essay is to analyze the different companies related to this sector that are currently operating in the area of Gijon, focusing on the level of commitment with the area, employees and community among others, as the city is a national reference in terms of sustainability.

Keywords; Active Tourism, Sustainability, Corporate Social Responsibility, Company.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: RSE Y SOSTENIBILIDAD.....	2
1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	2
1.2 SOSTENIBILIDAD Y TURISMO.....	5
1.3 CERTIFICADOS O MARCAS	7
1.4 GIJÓN: DESTINO SOSTENIBLE.....	9
2. EL TURISMO ACTIVO: UNA APROXIMACIÓN.....	12
2.1 TURISMO ACTIVO.....	12
2.2 EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO.....	16
2.3 OFERTA TURISMO ACTIVO EN GIJÓN.....	17
3. SOSTENIBILIDAD Y RSE EN EL SECTOR DE TURISMO ACTIVO DE GIJÓN.....	20
3.1 ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	20
3.2 PROPUESTA.....	24
CONCLUSIONES.....	26
BIBLIOGRAFÍA.....	28
ANEXOS.....	32

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en las últimas décadas en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo y se encuentra en una situación de cambio, en el que deben considerarse nuevos factores para su crecimiento sostenible. De hecho, el turismo ha sido identificado como uno de los únicos sectores que puede hacer una contribución positiva para conseguir un planeta más saludable (OMT, 2015). El turismo es un fenómeno económico y social, estrechamente ligado con el desarrollo local, lo que exige prácticas empresariales responsables y comprometidas (OMT, 2016). Los turistas de hoy en día, la propia sociedad y el entorno exigen a las empresas un retorno social de los beneficios que obtienen, demandando un comportamiento responsable con el medio. Para afrontar estos procesos de cambio, el sector ha apostado por la sostenibilidad integrando dentro de la gestión de sus compañías las prácticas socialmente responsables.

Gijón es una ciudad comprometida con la sociedad y el medio ambiente. En 2012 se convirtió en la segunda ciudad turística sostenible del mundo —por detrás de Barcelona—, en base al estándar Biosphere Destination, otorgada por el Instituto de Turismo Responsable, entidad auspiciada por la UNESCO, miembro de la Organización Mundial de Turismo y miembro fundador del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

El propósito concreto de este trabajo es conocer el grado de implicación en materia de responsabilidad por parte de las empresas de turismo activo y de aventura gijonesas, en la medida en que son parte fundamental del desarrollo turístico de la ciudad.

El campo de estudio lo conforman las veintiséis empresas de turismo activo y aventura de la ciudad de Gijón. Para dar forma al trabajo se han utilizado dos técnicas de recopilación de información: la encuesta y el análisis de contenido. El trabajo se ha estructurado en tres bloques: aproximación conceptual a la sostenibilidad y RSE en el turismo; delimitación del turismo activo y análisis descriptivo de las principales acciones en materia de sostenibilidad y RSE que han llevado a cabo las empresas de turismo activo de Gijón.

1. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: RSE Y SOSTENIBILIDAD

1.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE), también conocida como Responsabilidad Social Corporativa, y el desarrollo sostenible son dos conceptos que en los últimos años han cobrado mucha relevancia como estrategias que pueden contribuir al resultado financiero de las empresas y a construir un futuro equitativo y sostenible (Alonso-Almeida, *et al.*, 2012).

El concepto académico de RSE se origina en los Estados Unidos a mediados del siglo XX. En aquel momento las grandes empresas eran cuestionadas por su comportamiento poco ético frente a la sociedad. La falta de normas y de instituciones que controlasen la actividad de las corporaciones generó pésimas condiciones laborales, contaminación medioambiental y aumento de la pobreza, entre otras consecuencias. En ese contexto surgieron diferentes académicos y empresarios con posiciones críticas, las cuales planteaban que las organizaciones podían utilizar de forma responsable su capacidad de influencia para satisfacer las necesidades sociales.

La RSE es un concepto muy amplio que se encuentra en continuo desarrollo y que posee diferentes enfoques. Si bien existen diferentes definiciones propuestas por autores, instituciones y organismos, “todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios a través de asumir, por parte de la empresa, la responsabilidad de los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica” (Núñez, 2003, p. 11).

Algunas de las definiciones más frecuentemente utilizadas se pueden encontrar en la Tabla 1.

Tabla 1. Definiciones de RSE y Sostenibilidad.

Definición	Autor
<p>“La RSC es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por el medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”</p>	<p>World Business Council for Sustainable Development (2000)</p>
<p>“la respuesta que la organización debe dar a las expectativas en los sectores con los cuales ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse”</p>	<p>Manual de Balance Social de la ANDI (2001)</p>
<p>“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”</p>	<p>Comisión Europea, Libro Verde (2001)</p>
<p>“La RSC es un conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”</p>	<p>Prince of Wales Business Leaders Forum (2005).</p>
<p>“RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y su gestión, en su estrategia políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto de los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”</p>	<p>Foro de Expertos convocado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2007)</p>

Fuente: elaboración propia

La Comisión Europea —en el Libro Verde, apartando 2.1— ha establecido dos dimensiones de RSE, una interna y otra externa. La dimensión interna hace referencia a las prácticas responsables que afectan directamente a los trabajadores: salud o seguridad. La dimensión externa hace referencia a la conexión entre empresa y el entorno que lo conforma: comunidad, proveedores o medio ambiente.

La adopción voluntaria de políticas de RSE en el área de recursos humanos de una empresa no debe ser un simple instrumento para contentar a los sindicatos y mantener una baja conflictividad laboral, sino que también puede ser beneficiosa para la empresa en muchos otros aspectos. Dichas políticas sirven a la empresa para diferenciarse en el mercado laboral. La RSE es una cuestión de coherencia y credibilidad para las empresas que pretendan ser catalogadas como socialmente responsables.

Los objetivos a alcanzar de una empresa con políticas de RSE y sostenibilidad según la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (1987) en su publicación del documento “Nuestro futuro común” son:

1. Avivar el crecimiento y cambiar la calidad de crecimiento.
2. Conservar y reforzar la base de recursos.
3. Asegurar un nivel sostenible de población.
4. Integrar el medio ambiente y la economía en la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, toda actividad y políticas de la empresa han de contribuir y ser beneficiosas para la comunidad. Se entiende que no tiene que ver con el cumplimiento de la ley, cumplimiento que se sobrentiende obligatorio. Estas políticas empresariales sirven como finalidad para algo adicional, como proteger el medio ambiente o fomentar la educación entre otras muchas posibilidades.

1.2 SOSTENIBILIDAD Y TURISMO

En las últimas dos décadas se ha acentuado una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, pues son bien conocidos los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que el turismo de masas ha generado a numerosas áreas del mundo. Teniendo en cuenta que el turismo vive su “peculiar edad de oro” estos problemas no hacen más que crecer. Según Turespaña, han visitado España en 2016, 50,8 millones de personas, un 6,3% más que en 2015. Las previsiones son que España reciba 74 millones de turistas en 2017, 6 millones más que el año pasado y el PIB ligado a estas actividades aumentará un 4,4% en 2016 (Exceltur, 2016). Por este crecimiento debemos de empezar a exigir a las empresas un fiel compromiso con la sociedad y el medio ambiente, extendiendo la idea de que sostenibilidad y RSE son fundamentales.

Las definiciones de la RSC tienen muchos elementos similares con la sostenibilidad ya que ambas se centran en cómo las partes interesadas deben ser identificadas y comprometidas con la sociedad y el medio ambiente y que sus iniciativas deben ser medidas para determinar su impacto en la sociedad y en el entorno.

El término desarrollo sostenible se formaliza por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987) a partir de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, creada en Asamblea de las Naciones Unidas en 1983. Dicha definición queda recogida en el Tercer Principio de la Declaración de Río de 1992: “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades” (AEC: 2015).

La sostenibilidad del turismo se debe de ver como una herramienta horizontal, es decir, que puede aplicarse tanto en los destinos como a los recursos turísticos. Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia

diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.

Este cambio en la concepción del turismo contemporáneo se inscribe en la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el desarrollo económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social.

En este sentido, la sostenibilidad no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única opción, aquella que puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de hoy y del futuro sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas que son el soporte de vida en la tierra.

En su Plan de trabajo de 2012, la OMT se centra en tres objetivos: la protección ambiental, la equidad y la cohesión de la sociedad, y la prosperidad económica. Taleb Rifai¹ (2016), expresa su opinión al respecto: “Es una oportunidad única para construir un sector turístico más responsable y comprometido, que pueda capitalizar su inmenso potencial en términos de prosperidad económica, inclusión social, paz y entendimiento, y preservación de la cultura y el medio ambiente”.

Para la OMT el turismo sostenible debe de mantener una serie de directrices fijas:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

¹ Secretario General de la OMT

Las empresas vinculadas al turismo no solo deben limitarse a cumplir estos requisitos, sino que deben entender que dichas medidas son un instrumento de desarrollo, ya que cada vez más el turista les exige mayor compromiso.

1.3 CERTIFICADOS O MARCAS

Todas las empresas de turismo activo tienen la opción de obtener la distinción de empresa sostenible si cumplen una serie de requisitos básicos. Se incluyen en este apartado los diferentes referentes, estándares, inscripciones, certificados y reconocimientos vinculados con el compromiso y la gestión medioambiental de empresas vinculadas con el sector turístico.

Todos ellos requieren de un conjunto de requisitos, gran parte de ellos coincidentes, y necesitan una infraestructura singular de agentes que doten de garantías, profesionalidad e independencia a los procesos de certificación, concesión o reconocimiento.

Las principales herramientas de gestión en materia de responsabilidad social y sostenibilidad son sistemas de gestión y certificación que sirven como herramientas y estándares que ayudan a sistematizar, gestionar y evaluar las políticas de sostenibilidad y RSE que se aplican:

- Q de Calidad:

'Calidad Turística Española', marca genérica para el conjunto del Sector y elemento más visible del Sistema para la Calidad Turística Española.

Ampara el conjunto de los productos turísticos que cumplen con unos niveles de Calidad exigidos y recogidos en las Normas de Calidad de Servicios y, que aseguran estar trabajando en la mejora continua de los mismos a fin de complacer en todo momento las exigencias de sus clientes (ICTE, 2007).

- ISO 9000:

Las normas de la serie ISO 9000 certifican el correcto desarrollo e implantación de un sistema de aseguramiento de la calidad. Estas normas enumeran una serie de aspectos que deben definir el marco de la gestión de la calidad, pero no

especifican como se deben llevar a cabo. Son normas generales y de carácter voluntario (AENOR, 2004).

- ISO 14000:

Esta norma internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización desarrollar e implementar una política y unos objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales y la información sobre los aspectos ambientales significativos.

Es su intención que sea aplicable a todos los tipos y tamaños de organizaciones y para ajustarse a diversas condiciones geográficas, culturales y sociales.

El objetivo global de esta norma internacional es apoyar la protección ambiental y la prevención de la contaminación en equilibrio con las necesidades socioeconómicas (AENOR; 2004).

- EMAS:

Propone un sistema de gestión basado en los requisitos de la Norma ISO 14001, más conocida a nivel internacional. En líneas generales el reglamento EMAS propone la implantación de un sistema de gestión ambiental integral, es decir, un sistema de trabajo basado en el análisis de los aspectos ambientales de la organización y en la definición de un método para gestionarlos. (AENOR; 2004).

Según un estudio² realizado por el ayuntamiento de Gijón, las certificaciones son útiles y necesarias para un 74% de la población mientras que un 16% se opone a este tipo de distinción porque opina que muchas empresas actúan negativamente y obtienen la distinción igualmente y un 10% se abstiene porque desconoce la normativa existente y para qué sirve.

² Estudio Valoración de los Gijoneses sobre el turismo sostenible

1.4 GIJÓN: DESTINO SOSTENIBLE

Gracias a su idónea ubicación geográfica, la ciudad de Gijón es capaz de ofrecer una oferta al turista como pocas. Gijón es el modelo del banido eslogan “playa y montaña” acompañado de otro tipo de ofertas: gastronomía, arte, cultura, fiesta y deporte. Cuenta con una amplia variedad de actividades que se realizan en su entorno por mediación de empresas que gestionan legalmente sus actividades.

Como ya se ha señalado, Gijón es un destino sostenible —así lo asegura la Certificación Biosphere. En los últimos años el Ayuntamiento de Gijón ha llevado a cabo multitud de medidas para hacer de Gijón una ciudad sostenible: aumento de carril bici (unión de barrios lejanos), red disponible de bicicletas gratuitas, auténticos “pulmones” para combatir la polución dentro de la propia ciudad — parque de los pericones, parque de Isabel la católica, parque de moreda, parque fluvial y cerro de Santa Catalina — que no solo han sido respetados por la fiebre urbanística sino que están en continuo proceso de expansión.

En este sentido, los puntos fuertes que han convertido a Gijón en un destino sostenible han sido, según el Ayto. de Gijón publicado en su página web oficial:

Compromiso Ambiental: más del 85% del concejo es zona rural. Destaca el Jardín Botánico Atlántico, único en la Cornisa Cantábrica, con una extensión de 25 hectáreas donde se catalogan alrededor de 30.000 plantas, destacando La Carbayera del Tragamón con más de 400 años de antigüedad. Gijón trabaja en planes y estrategias medioambientales como son el “Pacto de los alcaldes”, comprometiendo la reducción del 20% del CO2 antes del 2020 o el Sistema Europeo de Indicadores Sostenibles (ETIS) que permita mejorar la gestión turística de los destinos de la Unión Europea participantes.

Cultura: Gijón es una ciudad con arraigados valores populares y con multitud de actividades y museos que permiten a los turistas conocer de primera mano la historia y las costumbres locales. Además, cuenta con un Mercado Ecológico y Artesano con el que se pretende recuperar la artesanía local tradicional y propiciar el consumo de productos ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.

Movilidad Sostenible: la flota de transporte público es totalmente accesible para personas con discapacidad y cuenta con medidas de control de emisiones y uso de biocombustibles. Además, el Bus Turístico, cuenta con certificaciones ambientales que verifican su compromiso en la implantación de un sistema basado en la eficiencia ambiental. Por otra parte, destacar los más de 26 Km. de itinerario ciclista urbano que unidos a los 40 kilómetros de sendas verdes suponen una red ciclista de unos 66 kilómetros de longitud.

Compromiso Social: Gijón ha puesto en marcha diferentes programas para el impulso de la actividad económica, la creación de empleo y el desarrollo sostenible. Además, se garantiza a los colectivos más vulnerables, la atención y la cobertura de las necesidades básicas. Destaca el inicio de un “Plan de accesibilidad integral y de no discriminación” cuyo objetivo es la consecución de una ciudad accesible.

Calidad diferenciada: Premiado como el mejor destino de calidad turística en el año 2012 por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo de España y siendo reconocido de nuevo por el trabajo desarrollado durante el año 2014, Gijón trabaja basándose en un modelo turístico diferenciado en temas de innovación, calidad y medio ambiente.

Oferta privada Comprometida: En la línea de la certificación Biosphere se ha puesto en marcha el proyecto “Gijón Turismo Responsable, Empresas Comprometidas” resultando distinguidos las siguientes empresas e instituciones: Infogijón, Hotel Abba Playa Gijón, Hotel Tryp Gijón Rey Pelayo y el Parador de Gijón Molino Viejo. Asimismo, han resultado distinguidos los Centros de Interés Turístico: Laboral Ciudad de la Cultura y Laboral Centro de Arte y Creación Industrial. Estas empresas actúan como grupo de trabajo para desarrollar actuaciones de mejora del destino y de las empresas como objetivo principal que persigue la ciudad de Gijón.

De este modo, Gijón ha adquirido un compromiso y ha apostado firmemente por trabajar en su consolidación como destino turístico diferenciado, sostenible y en ser un referente en temas de innovación, medioambiente, responsabilidad y calidad.

En 2014 se realizó un estudio por parte del excelentísimo Ayuntamiento de Gijón sobre la valoración de los Gijoneses respecto al turismo sostenible. Los resultados fueron estos; el 74% eligen a una empresa por ser sostenible, pero sin embargo cree el 39% que la comunicación de las mismas acerca de las políticas que desarrollan no es adecuada.

En Gijón la presión del turismo sobre los recursos empieza a generar descontento tanto a los turistas que llegan a la ciudad como a los propios residentes. En una encuesta realizada por el Ayuntamiento de Gijón (2014³), un 26% de los encuestados tenían sugerencias de mejora para la ciudad de Gijón: señalización en la ciudad, aparcamientos escasos, limpieza de playas, más carriles bici o contaminación acústica son alguna de las sugerentes propuestas para la ciudad.

Al objeto de profundizar en estos conceptos, en los próximos capítulos se realizará un análisis descriptivo de las políticas de RSE y sostenibilidad en las empresas de turismo activo de Gijón.

³ Impacto de la Actividad Turística 2014: Análisis de la Demanda.

2. EL TURISMO ACTIVO: UNA APROXIMACIÓN

2.1 TURISMO ACTIVO

En la actualidad se utilizan diferentes términos para delimitar la práctica del turismo activo. Además, el concepto ha ido evolucionando a lo largo de la historia (González, 2008). A continuación, y siguiendo a González (2008), recogemos diferentes conceptos, así como su evolución temporal.

La primera aproximación al concepto está relacionada con el término Agroturismo, que se inicia en Francia en la década de los sesenta, para que la población pueda evadirse y descansar de la ciudad y sus exigencias como la tensión, la competitividad, exceso de trabajo, etc.

Posteriormente, surge el concepto de turismo rural: el cliente acude al campo con sus familiares o amigos para realizar diferentes actividades y hospedarse bien en casas rurales, camping o cualquier tipo de establecimiento que se encuentre dentro de un espacio natural. El turismo rural también ha sido frecuentemente denominado como turismo de naturaleza —década de los 70 y 80 del siglo pasado— y Ecoturismo o Turismo verde —años 80 del siglo pasado.

Dentro del turismo de naturaleza, podemos englobar el concepto de turismo de aventura cuya principal característica radica en llevar a cabo la realización de actividades físicas que normalmente llevan el aliciente de tener algo de riesgo y/o peligro. Surge por la demanda de la población más joven y de aquellos más maduros, pero con “espíritu joven” que desean experimentar lo que es la adrenalina y vivir nuevas experiencias motivadoras.

El turismo de aventura queda definido a nivel legal como “aquella modalidad de turismo en la que se realizan actividades específicas que utilizan el medio natural como soporte físico y recurso para producir en los turistas determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento y de exploración, las cuales implican cierto empeño, actividad física y un riesgo que ha de ser siempre controlado” (Ley 20.423/2010).

Una rama específica del turismo de aventura es el turismo deportivo, dónde se llevan a cabo modalidades deportivas muy específicas y con unas características muy definidas por su reglamentación e institucionalización, así como por el tipo de instalaciones y materiales que se necesitan para su práctica.

El turismo activo surge a finales del siglo XX, concretamente en la década de los 90. La delimitación normativa del término de las actividades realizadas por empresas de turismo activo se recoge en el art. 2 del Decreto 77/2005 de 28 de Junio el cual indica que “se considerarán actividades de turismo activo, aquellas turístico-deportivas y de ocio que se practiquen sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre de superficie, subterráneo, acuático o subacuático y a la que son inherentes cierto nivel de riesgo y grado de destreza y condiciones psicofísica para su práctica. También será considerada actividad de turismo activo, el mero alquiler de material para su práctica” (de Andrés y Blanco, 2006, pp.18)

Desde las décadas de los 70-80 se comienzan a utilizar en España los espacios naturales como parques, playas o montes, para el ocio, según Europarc-España (2016). Desde 1973 con 4,2 millones de visitas en estos nuevos entornos hasta la actualidad se ha llegado a 40 millones de visitantes. En definitiva, la utilización de estos nuevos espacios naturales hace que surjan nuevos modelos de turismo, como el turismo de naturaleza en el que se practica turismo activo o de aventura (Araujo *et al.*, 2006).

El turismo activo se puede clasificar de varias maneras, no obstante, antes de realizar dicha clasificación es necesario saber dentro de qué segmento se encuentra ubicado y, en este sentido, estamos hablando del turismo de naturaleza (de Andrés A y Blanco, 2006).

El turismo de naturaleza presenta tres modalidades: el ecoturismo, el esparcimiento y recreo en la naturaleza y el turismo activo (De Andrés, A. y Blanco, R.; 2006)

Ecoturismo: es el turismo que se hace *por* la naturaleza. A nivel legal se define como “aquella modalidad de turismo ambiental responsable, de bajo impacto, que

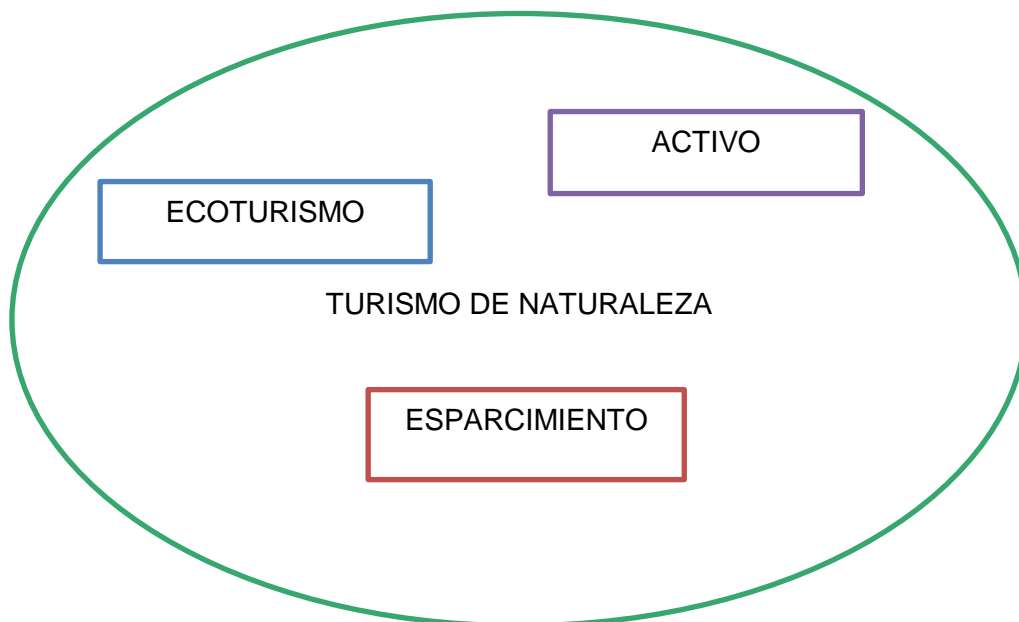
promueve la conservación del medio y propicia la inclusión activa y beneficia socio económicamente a la población local” (Ley 20.423/2010).

Esparcimiento y Recreo: es el turismo que se hace *en* la naturaleza. Practicado por visitantes de un día, que no pernoctan, pero que siempre que usen un servicio de uso público o privado, se considera que es una actividad en la naturaleza, pues existe un gasto turístico.

Turismo Activo: es el turismo que se hace *sobre* la naturaleza. Actividades deportivas que se practican en la naturaleza, las cuales a través de servicios guiados o acompañamiento de monitores se vende como producto turístico. El turismo activo sostenible queda definido según el manual de buenas prácticas ambientales como “aquella actividad que soporta ecológicamente la práctica del turismo sobre la naturaleza a largo plazo, que es viable y equitativo en el tiempo desde una perspectiva ética y social, en relación con aquellas comunidades locales que se ven afectadas por dicha actividad” (Turismo Sostenible, 2008).

A partir de este modelo de Antar-ecotono (2004), se explica que los nuevos tipos de turismo están englobados en el turismo de naturaleza.

Grafico 1. Esquema modelos de Turismo de Naturaleza



Fuente: Elaboración propia a partir de Antar-Ecotono (2004)

Los empresarios de turismo activo son los encargados de acercar el cliente al medio natural para la práctica de las actividades deportivas. Por ello han de tener en cuenta y saber cómo funciona la gestión de un espacio protegido, para poder realizar dichas actividades cumpliendo con la legislación vigente y poder obtener el máximo beneficio contribuyendo al desarrollo sostenible (De Andrés y Blanco, 2006).

Según los cálculos de la Adventure Travel Trade Association⁴ (2015) “el turismo activo se ha convertido en un negocio cada vez más internacional, con una facturación global estimada de 263.000 millones de dólares anuales”.

⁴ ATTA, entidad que representa a más de 300 empresas turísticas en 69 países.

2.2 EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

La Ley de Turismo del Principado de Asturias 7/2001, capítulo quinto, ART 53, se refiere a las empresas de turismo activo del siguiente modo:

1. Se consideran empresas de turismo activo aquellas dedicadas a proporcionar, mediante precio, de forma habitual y profesional, actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan.
2. Estas empresas no podrán ser objeto de autorización turística sin los informes o autorizaciones favorables de las administraciones públicas implicadas en función de la naturaleza de la actividad de que se trate.
3. Las empresas que realicen actividades de turismo activo deberán cumplir los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

Las características de estas empresas están determinadas por los siguientes elementos:

- 1) Ubicación próxima a un núcleo de población: La cercanía al área metropolitana le asegura no sólo una gran afluencia de turistas en épocas estivales sino también visitantes en otras épocas del año.
- 2) Experiencia y formación de los trabajadores. El equipo técnico al frente del negocio debe de conocer bien el medio y las actividades.
- 3) Capacidad de planificación y organización de los clientes y actividades, ya que uno de los problemas fundamentales que tienen estos negocios es conseguir un número de clientes por actividad que sea suficiente elevado para que la actividad resulte rentable.
- 4) Cuidar a los clientes. No basta con que los profesores tengan amplios conocimientos teóricos sobre la actividad, sino que además han de tener un trato con el público agradable y conseguir establecer con ellos una relación de confianza que garantice su satisfacción y, sobre todo, su fidelización.

5) Cuidar las medidas de seguridad. Este factor se deriva del anterior; los clientes deben percibir que están en un entorno seguro por ello siempre se vigilará el uso de los adecuados equipos de seguridad según las actividades (chalecos, cascos, etc.), obligando al cumplimiento por parte de todo el grupo de las medidas indicadas por el monitor.

2.3 OFERTA TURISMO ACTIVO EN GIJÓN

El perfil de empresa de turismo activo que tiene Gijón es relativamente homogéneo por motivos de entorno. En general se trata de empresas vinculadas a la actividad en el mar ya que en Gijón cuenta con una amplia zona costera muy bien situada que da pie a la práctica de diferentes actividades con las diferentes condiciones que ofrezca la naturaleza.

Las empresas se dividen en: el 50 % de las empresas de turismo activo de Gijón son escuelas homologadas de surf que cumplen todos los requisitos; el 20% son escuelas de navegación que cuentan con una amplia experiencia en el sector de la náutica; otro 20% está conformado por empresas de deporte de aire como globo o parapente y, por último, el 10 % restante pertenece al sector de la montaña que tienen la base en la ciudad de Gijón, pero realizan sus actividades en el exterior del núcleo urbano.

Todas las empresas que operan en la ciudad están legalmente registradas en el Ayuntamiento de Gijón. En la ciudad existen actualmente un total de 26 empresas de Turismo Activo que se han identificado a través de un estudio de campo realizado el día 24 de mayo de 2017. En la siguiente tabla se exponen todas las empresas que operan en Gijón, su domicilio y su actividad o función como empresa.

Solamente dos de las empresas de turismo activo poseen el distinguido Compromiso de Calidad turística: FLYASTURIAS y Tablas Surf School. A continuación, en la Tabla 2 se especifica el nombre de las 26 empresas con su domicilio, titular y actividad empresarial; ordenadas por actividad.

Tabla 2. Empresas de Turismo Activo.

NOMBRE	DOMICILIO	TITULAR	ACTIVIDAD
Marina de Gijón	Artillería,24	Marina de Gijón chárter	Navegación
Gijonesa de actividades subacuáticas	Puerto del musel, s/n	Gijonesa de actividades Subacuáticas	Navegación
Náutica costa verde	Álvarez garaya,7-12 b	Náutica costa verde	Navegación
Proastur	Estación náutica	Promociones náutico pesqueras proastur	Navegación
Gijón surf	Camino de las higueras, 62	Hostel surf Gijón, sl	Surf
Del mar Gijón surf school	Avda. rufo rendueles 8	The innopia surf sociedad cooperativa	Surf
Surf school Gijón	c/ Emilio tuya, 10 b	Surf school Gijón	Surf
Tablas surf club	Paseo del muro,4	tablas surf club	surf
Skool surf	Avda. rufo Garcia Rendueles. 15	Aznar y ruiz cb	surf
Flyboardastur	Concejo del franco nº 2 -1º	Zapico Fernández, David	Surf y Bodyboard
Olas surf school	C/ Camino de los olmos, 89	Cano alojamiento turísticos, sl	Surf
Motos de agua poniente	José Antón magarza, 360	Caballero Álvarez, adrián	Motos de agua, stand up paddle
Aquamotogijon	Avda. de la constitución 123	ABS motos sl	Motos de agua
Escuela de buceo deportivo o2	Muelle de la osa s/n, edif.	O2 inmersión, sl	Buceo
Papentalia	C/ Genaro Suarez prendas 375, 4º, b	Cortina Hernández, Fernando	Parapente

Fly asturias	C/ La paz, 58	Prada Vergara, Jesús	Parapente
Parapente Asturias	Donato Argüelles, 19	Pérez delgado, Jesús pascual	Parapente
Volar en Asturias	Avda. de roces 985	Iglesia cabal, Jorge	Parapente, vuelo en globo
Ikaro globos	C/ Camino del monte 352, p-3	Aerostación ikaro sl	Vuelo en globo
Travelbikecz	Condell del real agrado 12 1 f	Álvarez Pérez, Daniel	Bicicleta de montaña
Ciclo turismo y viajes en bicicleta	Avda. de argentina 132	Pedaltours c.b.	Bicicleta de ruta
Wow travel company	Avda. de la argentina 132	Thousands of miles sl	Bicicleta de montaña
Aventura Gijón	La perdiz - roces	Aventura Gijón	Actividades de aventura
Escuela gijonesa de piragüismo	Espigón central de fomento	Escuela gijonesa de piragüismo	Piragüismo
Tocando cumbre	Fuente del real, 39	Tocando cumbre, sl	Actividades en la montaña
Martin Moriyón guía de alta montaña	c/ Margarita salas 1, 1º, e	Moriyón romero, Martin	Escalada

Fuente: Elaboración Propia

3. SOSTENIBILIDAD Y RSE EN EL SECTOR DE TURISMO ACTIVO DE GIJÓN

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se analizan los resultados del estudio realizado en las empresas de turismo activo de Gijón. El principal objetivo de este trabajo de campo es conocer la situación en materia de sostenibilidad de las empresas de turismo activo de la ciudad.

Las empresas de turismo activo de Gijón han sido entrevistadas de manera individual por medio de encuestas (véanse Anexos 1 y 2) para tener una visión más detallada del grado de implicación que tienen a nivel personal y a nivel empresarial con su entorno. Estas encuestas han sido realizadas en un periodo de 3 semanas desde el 29 de mayo de 2017 al 19 de junio de 2017.

Las entrevistas se realizaron el 90% vía email, enviando la encuesta a sus correspondientes direcciones electrónicas. En el caso de dos empresas se les realizó una entrevista personal durante los días 10 de junio de 2017 y 12 de junio de 2017, respectivamente.

Actualmente las herramientas de comunicación de primer orden en las empresas son las vinculadas a las nuevas tecnologías. Por tal razón, se analizaron los contenidos de las webs corporativas de las empresas de turismo activo prestando especial atención a la presencia de información sobre las prácticas responsables y de sostenibilidad.

La encuesta fue enviada a 26 empresas, siendo contestada por 15 empresas, que supone un 56% de respuestas. De las que han respondido 30% son empresas de surf y de turismo náutico

Del examen de las páginas WEB de las empresas se concluye que de las 26 empresas solo un 15% de los establecimientos publican información sobre sus actividades responsables con la sociedad y el medioambiente. En la tabla 3 se especifica quien contiene información relevante sobre sostenibilidad y RSE en sus webs corporativas.

Tabla 3. Información web de las empresas de Turismo Activo.

EMPRESA	SI	NO	ENLACE
Marina de Gijón		X	http://www.marinadegijon.com
Gijonesa de actividades subacuáticas		x	http://www.gijonesasubacuaticas.es/
Náutica costa verde		x	http://www.nauticacostaverde.com
Surf school Gijón	x		http://www.surfschoolgijon.com/laescuela.php
Proastur		x	http://www.proastur.es/
Tablas surf club		x	https://tablassurfschool.com
Skool surf	x		http://www.skoolsurf.com/escuela-de-surf-de-gijon/
Escuela gijonesa de piragüismo		x	http://www.faspiraguismo.com/clubes-asturianos-piraguismo/
Escuela de buceo deportivo o2		x	http://o2inmersion.com
Parapentalia		X	https://parapentalia.com
Ikaro globos		X	http://www.ikaroglobos.es/aeroestacion-ikaro/
Volar en Asturias		X	http://www.volarenasturias.com
Fly Asturias		X	http://flyasturias.com
Olas surf school		X	http://www.olassurfschool.com
Flyboardastur		x	http://flyboardastur.com
Aventura Gijón		x	http://www.aventuragijon.es
Travelbikecz		x	http://www.travelbike.eu/web/index
Aquamoto Gijón	x		http://www.alquilermotosdeaguagijon.com
Parapente asturias		x	http://www.volarenasturias.com
Del mar gijon surf school		x	https://www.facebook.com/delmargijonsurf/
Gijón surf		x	https://gijonsurf.com
Martin Moriyón	X		http://martinmoriyon.blogspot.com.es
Wow travel company		x	http://wowtravelcompany.com/es/
Tocando cumbre		x	http://www.tocandocumbre.com
Motos de agua poniente		x	https://www.motosdeaguaponiente.com
Ciclo turismo y viajes en bicicleta		x	https:// http://www.asturiesconbici.org

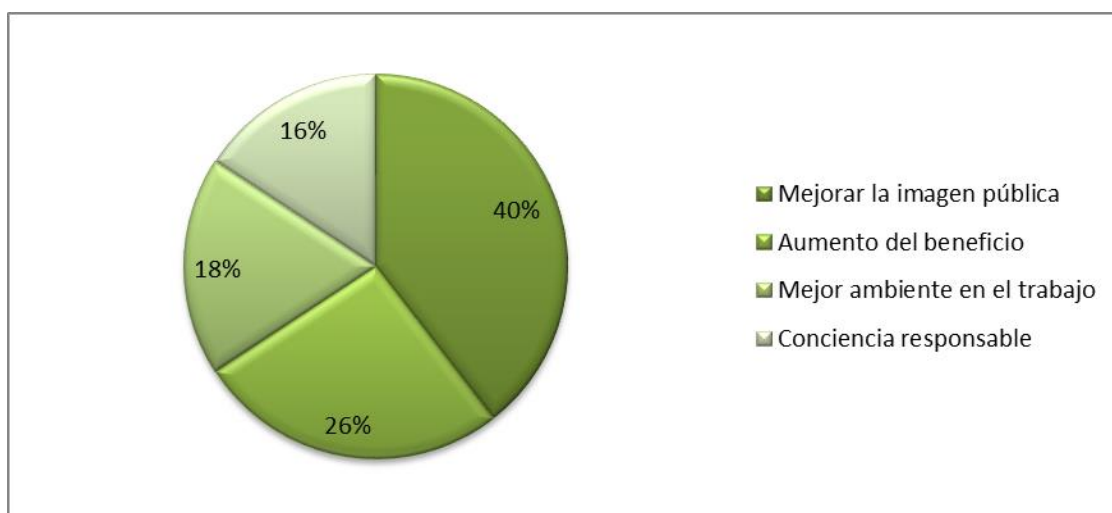
Fuente: Elaboración Propia

Factor Económico:

Las empresas de turismo activo, en general, consideran importantes los elementos que engloban la RSE siendo el más importante ofrecer una imagen positiva del destino (un 30% de las respuestas obtenidas).

Entre las ventajas competitivas para las empresas respecto a la RSE, el 40% de las mismas consideran que la mejora de su imagen pública como la causa principal de su aplicación. El 26% las consideran esenciales para facilitar un aumento de los beneficios generados por la empresa. En menores porcentajes se valoran la mejora del ambiente en el trabajo o la conciencia responsable.

Grafico 2. Ventajas competitivas de RSE



Fuente: Elaboración Propia.

Factor Medioambiental:

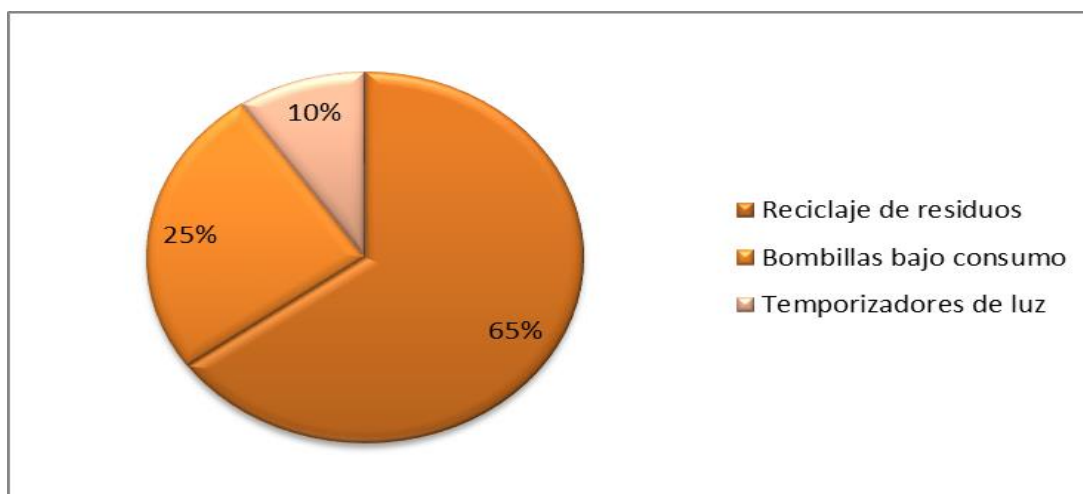
En materia medioambiental, todas las empresas practican algún tipo de RSE. Las actividades más frecuentes son el reciclaje de residuos (65%) o disponer de bombillas de bajo consumo (25% del total de las empresas).

La utilización de productos ecológico es realizada por un 10 % de las empresas y su utilización está relacionada con:

- Compra de alimentos ecológicos para sus catering o eventos puntuales. Los productos ecológicos normalmente son más caros por su producción ya que no tienen contienen ningún elemento químico en su proceso de elaboración.
- Utilización de productos de higiene corporal como gel, champú, crema solar, etc. sin ningún tipo de parabenos. Las empresas de surf fundamentalmente, tienen que mantener una seguridad en sus clientes proporcionando productos de protección.

En el siguiente gráfico se especifican las acciones llevadas a cabo por parte de las empresas.

Gráfico 3. Actividades medioambientales de RSE.



Fuente: Elaboración Propia

A pesar del interés en incorporar políticas de RSE, las empresas de turismo activo opinan que, se encuentran en una posición de desventaja por su tamaño empresarial, por factores económicos y por no entender cómo poner en práctica algún sistema de RSE. Casi en su totalidad tienen un alto grado de interés por colaborar con estas políticas, pero no encuentran la mejor manera de llevarlas a cabo.

Factor Social:

Solamente dos de las empresas llevan a cabo iniciativas de acción social. Realizan actividades anuales para personas con discapacidad funcional. El representante de una de estas empresas asegura que: “Colaboramos con surf

solidario y damos clases a niños con hemiparesia y síndrome de Down”. Por su parte, una de las empresas de actividades de montaña colabora con la escuela de esquí de la estación de Fuentes de Invierno impartiendo clases de esquí de manera voluntaria para promover el deporte en estos sectores más discriminados socialmente. Algunos ejemplos son los siguientes:

- Carrera Anual Martín Moriyón esquí Discapacitados; se trata de una carrera, en la que pueden participar todas las personas que quieran con un solo requisito que es estar federado y pagar la inscripción.
- Surf Solidario: Día de surf para los niños con algún tipo de discapacidad, colaboran surfistas profesionales y todo el que quiera colaborar en enseñar una pasión como el surf.

Las empresas de turismo activo de Gijón tienen un amplio historial en realizar actividades colaborativas. Dentro de este apartado se especifican las siguientes acciones:

Donar cantidades anuales de dinero a ONG´s (20 %).

Realizar actividades solidarias anuales, semestrales o trimestrales (30 %).

Realizar actividades para discapacitados de manera gratuita (10%).

Realizar charlas informativas de concienciación (50 %).

Donar o colaborar en publicidad con las fiestas comarcales de la zona (60 %).

Destacamos las escuelas de surf porque son las empresas con más actividad dentro del mundo empresarial y las más colaborativas con un alto grado de complicidad con el ciudadano.

Finalmente, en la recogida de datos todas las empresas al 100% están de acuerdo con la importancia de cara al público de ser una empresa con RSE ya que todas afirman que el cliente puntúa positivamente este tipo de gestión empresarial.

3.2 PROPUESTA

Las empresas deberían mejorar la comunicación de sus actividades través de las páginas WEB al ser esta la forma actual de contacto mayoritario con sus

potenciales clientes teniendo en cuenta que Gijón se ofrece como un destino sostenible, lo que requiere empresas sostenibles. A continuación, redactamos la tabla 4 con acciones sostenibles que podrían realizar las empresas para mejorar;

Tabla 4. Objetivos de mejora en sostenibilidad y RSE.

OBJETIVO	CONTENIDO	EFEECTO
Comunidad/ Sociedad	Inversión social	Actividades solidarias. Trabajo con discapacitados. Voluntariado. Donaciones.
Entorno/ Ambiente	Desarrollo sostenible Integración con el entorno Eco eficiencia Productos verdes Transporte sostenible	Reciclar residuos Menos producción de residuos. Control del agua: dosificadores en duchas y grifos. Compra de productos ecológicos. Aprovechamiento del transporte.
Consumidores	Publicidad ética Consumo responsable Comunicación	Información constante y receptiva al consumidor Elaboración de talleres informativos
Proveedores	Comercio justo	Compras responsables
Empleados	Diversidad de empleados Salud y seguridad laboral Programas de formación	Contratos laborales Titulación homologada Cursos de formación gratuitos Uniformes Descuentos en material
Autoridades	Cooperación Negocio legal	Comunicación con el servicio público.

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

Una vez llegados aquí estamos en condiciones de preguntarnos respecto al grado de alcance de los objetivos de investigación que nos planteamos cuando iniciamos nuestro trabajo. A lo largo del desarrollo del estudio, no sólo se ha podido profundizar en lo que implica la práctica del turismo activo, sino que también se ha podido recoger una ligera idea del pensamiento que tienen los empresarios ante los aspectos ambientales.

Las gestiones de RSE no afectan en la actualidad a las empresas, pero cada vez más mencionan la importancia de la sostenibilidad como mejora para el futuro de la empresa y el entorno.

Obviamente, cuando hablamos de la percepción del empresario ante el compromiso medioambiental todos afirman que es un aspecto muy importante a tener en cuenta. Pero desgraciadamente no todos realizan acciones de mejora para la conservación del entorno. Este hecho, bajo mi humilde punto de vista, para las empresas no sólo de turismo activo sino para todas aquellas empresas que realizan su actividad en entornos naturales, debería estar más controlado y disponer de una normativa homogénea a nivel nacional. En algunos aspectos se han dado contradicciones, es decir, el encuestado respondía que es muy importante disponer e implantar acciones de mejora, pero luego no valoraban con la misma importancia la medición del impacto en algunos aspectos concretos. Si no se mide cual es la gravedad del impacto difícilmente se pondrán llevar a cabo medidas correctoras adecuadas.

La identificación de los aspectos ambientales y sus posteriores acciones de mejora son aspectos de suma importancia a tener en cuenta, pero aquí nos hemos encontrado con que el 90% de los encuestados no miden y evalúan el impacto ambiental, por lo que, aunque se identifiquen los aspectos ambientales, si estos no se evalúan y miden difícilmente se podrán llevar a cabo acciones de mejora.

El objetivo esencial del empresario es obtener rentabilidad a la inversión realizada y, por ello, en algunas ocasiones son un poco más reacios a invertir en sostenibilidad dado a que piensan que les va a da lugar a aumentar de manera

importantes los costes. Lo que todavía algunos no tienen en cuenta es que la población cada vez es más consciente del impacto ambiental y de la importancia de conservar el entorno para las generaciones futuras, por lo que en muchos casos el cliente prefiere adquirir los servicios de una empresa que pueda justificar y demostrar su compromiso medioambiental a una empresa que no.

BIBLIOGRAFÍA

AEC (2015): "Desarrollo Sostenible", Asociación española para la calidad, Madrid, 2015. <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/desarrollo-sostenible>.

Alonso-Almeida, M.M., Rodríguez García, M.P., Cortez, K.A. y Abreu-Quintero, J.L., (2012). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero. Una aplicación empírica en las empresas mexicanas cotizadas. *Contaduría y Administración*, vol.57, N.º 1, 149-184.

Andrés A.; y Blanco R. (2006): "Manual de buenas prácticas ambientales para el sector de turismo en los espacios naturales de Castilla y León". Fundación Biodiversidad, Patrimonio Natural de Castilla y León y Fondo Social Europeo.

Araújo N., Valerià, G. y Fraiz, A. (2011). El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 8-31.

Correa, J.G. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social.

Bordeau, P. (1994). D'eau et de rocher: le canyoning. *Les Cahiers Espaces*, 35, 49-54.

Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), (2001). Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.

Comisión Mundial del Medio ambiente y el Desarrollo (1987): *Nuestro futuro común*. Madrid: alianza.

Durán Romero, G. (2007). *Empresa y medio ambiente. Políticas de gestión*. Madrid: pirámide.

Forética. (2011). *Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España*. Madrid: Forética.

Furió Blasco, E. (1996). *Economía, turismo y medio ambiente*. Valencia: Tirant lo Blanch y Universidad de Valencia.

Garriga, E. y Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: mapping the territory. *Journal of Business Ethics*. Netherlands, 53, 51-71.

González Molina, A. (2008): "Rasgos caracterizadores del turismo activo y deportivo e importancia económico social y estructural de nuevas formas emergentes", *Revista Digital Acción Motriz* 1, 79-98, Julio-diciembre.

Instituto Nacional de Estadística, (INE) (2017).

Ley del principado de Asturias 7/2001. Boletín oficial del Principado de Asturias.

Ley 21/2013, de 9 de diciembre, de Evaluación Ambiental, (BOE-A-2013-12913).

Luque, A.M. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de Turismo*, 12, 131-149.

Miranda, J., Lacasa, E. y Muro, I. (1995). Actividades físicas en la naturaleza: un objeto a investigar. Dimensiones científicas. Apuntes: educación física y deportes, 41, 108-123. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Nasser, D. (1995). Deporte y turismo activo: una reflexión sociológica. Primer Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo (pp. 481-499). Junta de Castilla y León, Ávila.

Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Serie CEPAL- Medio Ambiente y Desarrollo. 72. Recuperado el 7 de septiembre de 2009. Disponible en: www.eclac.org/publicaciones/xml/4/13894/lcl2004p.pdf

Porter, M., y Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84, 78-92.

OMT y ATTA (2014). Global Report on Adventure Tourism. Madrid.

OMT, (2007), Cambio climático y turismo: Responder a los retos mundiales.

Peñalver, M. T. (2004): "El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la Región de Murcia", *Cuadernos de Turismo*, 14, 179-215.

Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 20120.

SICTE (2014): "SICTE, Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos", www.calidadendestinos.es

SITA, El Turismo en Asturias (2016). Gobierno del Principado de Asturias.

Turismo Sostenible (2008): "Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: turismo y hostelería", Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Ministerio de Medio Ambiente, INEM y Fondo Social Europeo, 2006/08.

Páginas web consultadas:

Ayuntamiento de Gijón, recuperado 9 de junio de 2017; http://www.gijon.info/multimedia_objects/download?object_id=153820&object_type=document.

Deportes de Aventura, Recuperado el 5 de mayo de 2017 de

<https://www.deportesdeaventura.com/Asturias/turismo-activo/Gijon.htm>

Ellen Macarthur Foundation, Recuperado el 8 mayo de 2017 de

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy>

Gijón con Calidad, Recuperado el 6 de mayo de 2017 de

<http://www.gijonconcalidad.com/establecimientos-9-empresas-de-turismo-activo>

Gobierno del principado de Asturias, Recuperado el 11 de mayo de 2017 de

https://www.asturias.es/portal/site/webasturias/template.PAGE/RegistroActividadesTuristicas/?javax.portlet.tpst=4a6c04c3c10974536e2b36a28720a0a0&javax.portlet.prp_4a6c04c3c10974536e2b36a28720a0a0_vgnextoid=4145b06c841af310VgnVCM10000078020a0aRCRD&javax.portlet.begCacheTok=com.vignette.cachetoken&javax.portlet.endCacheTok=com.vignette.cachetoken

La Nueva España, Recuperado el 10 de mayo de 2017 de

<http://www.lne.es/gijon/2011/06/25/empresa-eco-logica-pionera-turismo-activo/1094289.html>

Hosteltur, 2017, Recuperado el 10 de mayo de 2017 de

https://www.hosteltur.com/121974_enfocar-negocios-al-proposito-objetivo-sostenibilidad.html

Lessons From Nature, Recuperado el 9 de mayo de 2017 de

http://www.lessonsfromnature.org/es/index.php?option=com_content&view=article&id=104&Itemid=130

OMT- Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 11 de mayo de 2017.

Turismo Activo, Recuperado el 2 de junio de 2017. <http://www.turismoactivo.com>.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA 1

¿CUÁL ES SU RAZÓN EMPRESARIAL PARA FORMAR PARTE DE GIJÓN CALIDAD?

¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS PRINCIPALES DE FORMAR PARTE DE GIJÓN CALIDAD? ¿Y LOS INCONVENIENTES?

EN SU EMPRESA, ¿QUÉ FACTORES DE RSC Y SOSTENIBILIDAD PRACTICAN?

¿CUÁLES SON LOS PROBLEMAS PRINCIPALES QUE SE ENCUENTRA COMO EMPRESA PARA PODER PONER EN PRACTICA SU RSC Y SOSTENIBILIDAD?

SUS EMPLEADOS, ¿SON CONSCIENTES DE SU BUENA PRAXIS?

¿LES AFECTA DIRECTA O INDIRECTAMENTE?

INDIQUE QUE ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD LE GUSTARIA REALIZAR EN SU EMPRESA DE TURISMO ACTIVO EN UN FUTURO SI LAS CONDICIONES FUESEN FAVORABLES.

¿TENEIS ACTIVIDADES PENSADAS PARA PERSONAS DISCAPACITADAS?

¿PROMOVEIS ACTIVIDADES DE ACCION SOCIAL?

¿LOS CLIENTES ACTUALMENTE SON MAS EXIGENTES CON RESPECTO AL RESPETO DEL MEDIO AMBIENTE?

¿CREE QUE LA RSC ES IMPORTANTE INCULCARLA EN LAS EMPRESAS DE SU SECTOR?

ANEXO 2

ENCUESTA 2.

¿CUÁL ES SU ACTIVIDAD PRINCIPAL COMO EMPRESA DE TURISMO ACTIVO EN GIJÓN?

¿OFRECE ALGO DIFERENCIADOR DE CARA A LA COMPETENCIA ACTUAL QUE TIENE SU EMPRESA?

EN SU EMPRESA, ¿QUÉ FACTORES DE SOSTENIBILIDAD PRACTICAN?

¿QUÉ FACTORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL(RSE) LLEVAN A CABO?

SUS EMPLEADOS, ¿SON CONSCIENTES DE SU BUENA PRAXIS?

¿LES AFECTA DIRECTA O INDIRECTAMENTE?

¿CUÁLES SON LOS PROBLEMAS PRINCIPALES QUE SE ENCUENTRA COMO EMPRESA PARA PODER PONER EN PRACTICA SU RSE Y SOSTENIBILIDAD?

INDIQUE QUE ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD O RSE QUE LE GUSTARIA REALIZAR EN SU EMPRESA DE TURISMO ACTIVO EN UN FUTURO Y LA MEJORA EN SU EMPRESA Y ENTORNO QUE ESTO SIGNIFICARIA.

¿PROMOVEIS ACTIVIDADES DE ACCION SOCIAL? ¿TENEIS APOYO POR PARTE DEL AYUNTAMIENTO DE GIJON O PRINCIPADO DE ASTURIAS?

¿LOS CLIENTES SON CONSCIENTES DE LA BUENA O MALA PRAXIS QUE REALIZAIS EN LA EMPRESA?

¿INFORMAIS DE ALGUN MODO Y CONCIENCIAIS A LOS CLIENTES?

¿CREE QUE LA RSE Y SOSTENIBILIDAD ES IMPORTANTE INCULCARLA EN LAS EMPRESAS DE SU SECTOR

¿QUÉ FACTORES MEJORARIA O QUE LE GUSTARIA CAMBIAR EN GENERAL (LEYES, NORMAS...) ¿PARA PODER SER MAS SOSTENIBLE O RESPONSABLE CON SU EMPRESA Y TODO LO QUE LE RODEA?