



## **PLAN PARA LA TRANSICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR**

EN EL MARCO DEL PLAN DE ACCIÓN DE LA AGENDA RURAL DE LA PROVINCIA DE PALENCIA (M.E.12), INCLUIDO EN LA EJECUCIÓN DE LOS PLANES EXTRAORDINARIOS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO, EN EL MARCO DEL COMPONENTE 14 INVERSIÓN 1 DEL “PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA FINANCIADO POR LA UNIÓN EUROPEA - NEXTGENERATIONEU”.

En Madrid, a 27 de diciembre de 2024



## INDICE

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>II.</b>	<b>CONSIDERACIONES PREVIAS</b>	<b>6</b>
<b>1.</b>	<b>El contexto de la transición del turismo hacia una economía circular</b>	<b>6</b>
1.1.	El modelo de economía circular	6
1.2.	Los marcos de referencia para la transición del turismo hacia una economía circular	11
1.3.	Los retos medioambientales del sector turístico	34
<b>2.</b>	<b>La transición del sector turístico hacia una economía circular</b>	<b>47</b>
2.1	El <i>estado del arte</i> de la transición del sector turístico hacia una economía circular	47
2.2.	Beneficios de la transición del turismo hacia una economía circular	51
2.3.	Modelos de negocios y medidas circulares en el sector turístico	54
2.4.	Principales iniciativas del sector público relacionadas con la aplicación de la economía circular en el sector turístico	57
<b>III.</b>	<b>LA TRANSICIÓN DE LAS RUTAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR</b>	<b>65</b>
<b>1.</b>	<b>Metodología para el impulso de la transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular</b>	<b>65</b>
1.1.	Delimitación del proyecto de aplicación de la economía circular en el sector turístico de la Montaña Palentina	65
1.2.	Metodología para el desarrollo del proyecto	72
<b>2.</b>	<b>Análisis de la situación actual de la economía circular en el sector turístico de la Montaña Palentina</b>	<b>76</b>
2.1.	Estrategia, gestión y planificación del turismo circular	76
2.2.	Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de emisiones de CO2	86
2.3.	Gestión eficiente de residuos y del agua	88
2.4.	Producción y consumo responsable, y oferta turística circular	90
2.5.	Análisis de madurez de la Montaña Palentina en materia de economía circular	91
2.6.	Análisis DAFO	94
2.7.	Análisis PESTEL	97
<b>3.</b>	<b>Grupos de interés para la transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular</b>	<b>103</b>

<b>4.</b>	<b>Definición de la visión circular del sector turístico de la Montaña Palentina</b>	<b>105</b>
4.1.	Visión turística de la Montaña Palentina	105
4.2.	Orientación estratégica de la circularidad en el sector turístico de la Montaña Palentina	105
4.3.	Definición de objetivos, planificación y mecanismos de gobernanza	107
<b>5.</b>	<b>Hoja de ruta del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular</b>	<b>110</b>
5.1.	Plan de actuaciones	111
5.2.	Mecanismos de seguimiento	132
<b>V.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>135</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>DIAGNÓSTICOS Y HOJAS DE RUTAS DE EC DE EMPRESAS</b>	<b>138</b>
	<b>1. El convento de Mave</b>	
	<b>2. Las Encinas</b>	
	<b>3. Fuente de Aventuras</b>	

## I. INTRODUCCIÓN

La economía circular representa una estrategia de desarrollo destinada a alcanzar un crecimiento sostenible mediante la reducción del consumo de recursos, el aumento de la vida útil de los productos y la priorización del uso frente al consumo. Se trata de un nuevo modelo económico que considera que los sistemas de producción y consumo deben inspirarse en la naturaleza con el objetivo de desarrollar productos y servicios que consigan satisfacer las necesidades sociales con el menor impacto ecológico.

Esta transición supone avanzar hacia un modelo restaurativo que tiene como objetivo mantener el valor de los recursos durante el mayor tiempo posible dentro del ciclo económico. Así, una vez que los recursos han sido utilizados, el modelo de economía circular pretende valorizar dichos recursos una vez que han llegado al final de su ciclo de vida, con un triple objetivo: optimizar su uso, minimizar la extracción de recursos vírgenes para evitar su agotamiento y utilizar fuentes de energía renovables.

La economía circular representa además una alternativa al modelo económico lineal que se encuentra basado en los conceptos de “extraer-fabricar-utilizar-tirar” y que disminuye la resiliencia de nuestras sociedades dado que conduce al agotamiento de los recursos naturales del planeta.

El camino para lograr este objetivo está siendo largo y costoso. Podríamos decir que desde la Declaración de Estocolmo en 1972 donde nacen las primeras normativas ambientales, hemos recorrido un largo camino que ha culminado en el denominado “Green Deal Europeo” para el logro de una neutralidad climática. Desde 2015, el concepto de economía circular se incorporó a esta carrera, pasando a jugar un papel fundamental para lograr un futuro realmente sostenible.

En este sentido, la Diputación de Palencia ha impulsado **la elaboración de un Plan para la Transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una Economía Circular, en el marco del Plan de Acción de la Agenda Rural de la provincia de Palencia (M.E.12), incluido en la ejecución de los PLANES EXTRAORDINARIOS DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO, en el marco del componente 14 inversión 1 del “Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia financiado por la Unión Europea - NextGenerationEU”.**

Este **Plan para la Transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una Economía Circular** se propone recoger los elementos básicos para el conocimiento y el impulso de la transición del turismo de la Montaña Palentina hacia una economía circular. Para ello, el informe se divide en dos capítulos.

En el primer capítulo, de consideraciones previas, y con el propósito de contextualizar el objeto del análisis de este informe se ha definido el concepto de economía circular, y se han repasado los marcos de referencia y palancas para la transición del sector turístico español hacia una economía circular, tanto en el ámbito internacional como nacional.

En el segundo capítulo, se han estudiado las bases para la transición de del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular. En este sentido, y de forma previa, se ha formulado una delimitación del perímetro del proyecto, con el objeto de identificar el alcance de la investigación. Asimismo, se ha realizado un diagnóstico de la situación actual de la economía circular en la Montaña Palentina, siguiendo la metodología de SEGITTUR, a través del análisis de las escasas fuentes secundarias disponibles, que se ha completado con entrevistas a personas clave para la aplicación de la economía circular en la Montaña Palentina.

Asimismo, se ha formulado la estrategia y la hoja de ruta, con 20 acciones concretas, para facilitar la transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular.

Este informe se completa con la realización de los **planes sintéticos para la transición de tres empresas del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular**, que se incorporan como Anexos.

## II. CONSIDERACIONES PREVIAS

### 1. EL CONTEXTO DE LA TRANSICIÓN DEL TURISMO HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

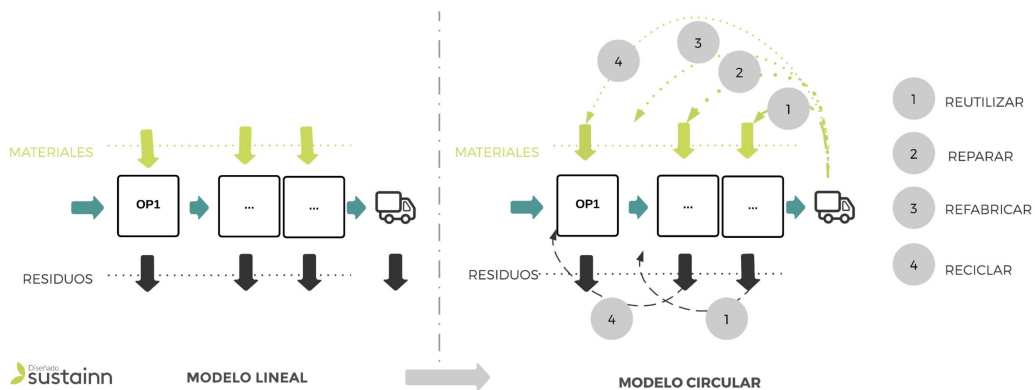
#### 1.1. El modelo de economía circular

El modelo de producción y consumo que se ha venido desarrollando tradicionalmente responde a un sistema lineal en el que los recursos naturales son extraídos, ya sea para ser utilizados directamente o para ser transformados en bienes, los cuales son vendidos para ser usados durante un período de tiempo determinado y, finalmente, acaban siendo desechados, en un vertedero, generando grandes cantidades de residuos. Es decir, se trata de un modelo económico de *tomar, usar y desechar*<sup>1</sup>.

Este sistema de *tomar, usar y desechar* dominante desde la Revolución Industrial está dando paso a uno nuevo, **basado en la economía circular**.

Como alternativa a la economía lineal, la economía circular se presenta como una estrategia de desarrollo hacia un crecimiento sostenible que se basa en la **reducción del consumo de recursos, el aumento de la vida útil de los productos y el uso frente al consumo**<sup>2</sup>.

FIGURA 1.1. Modelo lineal vs modelo circular



Fuente: elaboración propia

En concreto, debemos entender la economía circular como un nuevo modelo económico en el que la producción y el consumo se inspiran en la naturaleza para el desarrollo de productos y servicios que consigan resolver las necesidades sociales con el menor impacto ecológico. Se trata de un **modelo restaurativo** que busca mantener el valor de

<sup>1</sup> Fundación Ellen MacArthur.

<sup>2</sup> Arnedo R., Jaca C., León C., Omarzábal M. (2020): *Guía práctica para implementar la economía circular en las pymes*. AENOR.

los recursos durante el mayor tiempo posible, de manera que, una vez utilizados, puedan ser valorizados al llegar al final de su ciclo de vida, con el objetivo de:

- **Optimizar el uso de los recursos**, de manera que se utilicen los mínimos posibles para conseguir el mejor resultado. Esto se aplica tanto a los recursos materiales y al agua y la energía, como a los propios productos, de manera que se maximice su uso.
- **Minimizar la extracción de recursos vírgenes para evitar su agotamiento**. Para esto se utilizan **materiales reciclados, piezas recuperadas y productos que, reparados**, puedan prestar el mismo servicio.
- Utilizar **fuentes de energía renovables** para evitar la dependencia de combustibles fósiles y las emisiones asociadas a su combustión.

Por lo tanto, podemos definir la economía circular como: “**una economía restaurativa y regenerativa por intención y diseño, que trata de que los productos, componentes y materias mantengan su utilidad y valor máximos en todo momento, distinguiendo entre ciclos técnicos y biológicos**”.

Según la **Fundación Ellen McArthur**, este modelo se basa en **tres principios**<sup>3</sup>:

### 1) Eliminar residuos desde el diseño

Muchos de los productos que utilizamos a diario, desde envases de alimentos hasta productos electrónicos, se han diseñado con la intención de ser desechables. Esto ha dado lugar a la **cultura de “un solo uso”**, en la que los productos se utilizan una sola vez y luego se descartan como residuos. Esta cultura ha generado enormes cantidades de residuos y ha tenido un impacto negativo en el medio ambiente. Vemos ejemplos de ello en los muchos residuos generados por productos de un solo uso consumidos por la industria turística (como los residuos de productos envasados en monodosis en el desayuno, o el uso de botellines de agua en lugar de agua en jarras o botellas reutilizables).

Sin embargo, la toma de decisiones en la fase de diseño es clave para **minimizar el impacto ambiental de los productos y servicios**. De hecho, las decisiones tomadas durante la etapa de diseño pueden llegar a determinar más del 80% del impacto ambiental de un producto o servicio. Por lo tanto, el ecodiseño es una metodología importante que busca diseñar productos y servicios con un menor impacto ambiental en todas las etapas del proceso de diseño y desarrollo.

El **ecodiseño** tiene en cuenta los impactos ambientales del producto o servicio a lo largo de su ciclo de vida completo, desde la extracción de materias primas hasta la eliminación

---

<sup>3</sup> Fundación Ellen MacArthur.

del producto al final de su vida útil. Esto incluye factores como la eficiencia en el uso de materiales, la durabilidad del producto, la facilidad de reparación, la energía necesaria para fabricar y usar el producto, y la capacidad de reciclaje y disposición final. El objetivo final es crear productos y servicios que tengan el menor impacto ambiental posible. Si bien este principio es un gran reto para aquellas empresas dedicadas al diseño de productos, el sector turístico tiene la responsabilidad (y la oportunidad) de consumir y ofrecer a sus clientes productos que incluyan criterios de ecodiseño y que minimicen los residuos.

Por ejemplo, una empresa turística puede incluir cláusulas de compra y contratación verdes con sus proveedores para fomentar los productos ecodiseñados, y de este modo adquirir productos como mobiliario y textiles que incluyan criterios ambientales como la durabilidad y reparabilidad, la multifuncionalidad y el fácil mantenimiento<sup>4</sup>.

## 2) Mantener los productos y materiales en uso

La idea de mantener los productos y materiales en uso es un principio clave de la economía circular, que busca **minimizar el desperdicio y maximizar el uso de los recursos naturales**. Este enfoque contrasta con el modelo lineal tradicional, que se basa en la extracción de recursos, la producción, el consumo y la eliminación de residuos. Este principio, en el fondo, no es más que aplicar el sentido común para aprovechar al máximo nuestros recursos y activos, sin desperdiciar nada. Por lo tanto, su aplicación puede tener mucho sentido en cualquier destino turístico y empresa del sector: aprovechar al máximo las infraestructuras (optimizar el uso de espacios, equipamientos e infraestructuras infrautilizadas) y evitar el despilfarro de recursos (ahorro energético, reducir en consumo de agua, aprovechar al máximo los productos textiles y los muebles, o reducir el desperdicio alimentario).

En la economía circular, se promueve la prevención, la reutilización, el reciclaje y la renovación de productos y materiales para mantenerlos en circulación el mayor tiempo posible y reducir su impacto ambiental. Esto implica diseñar productos y procesos de producción de manera que permitan la recuperación y reutilización de materiales, y fomentar prácticas como la reparación y el intercambio de productos usados.

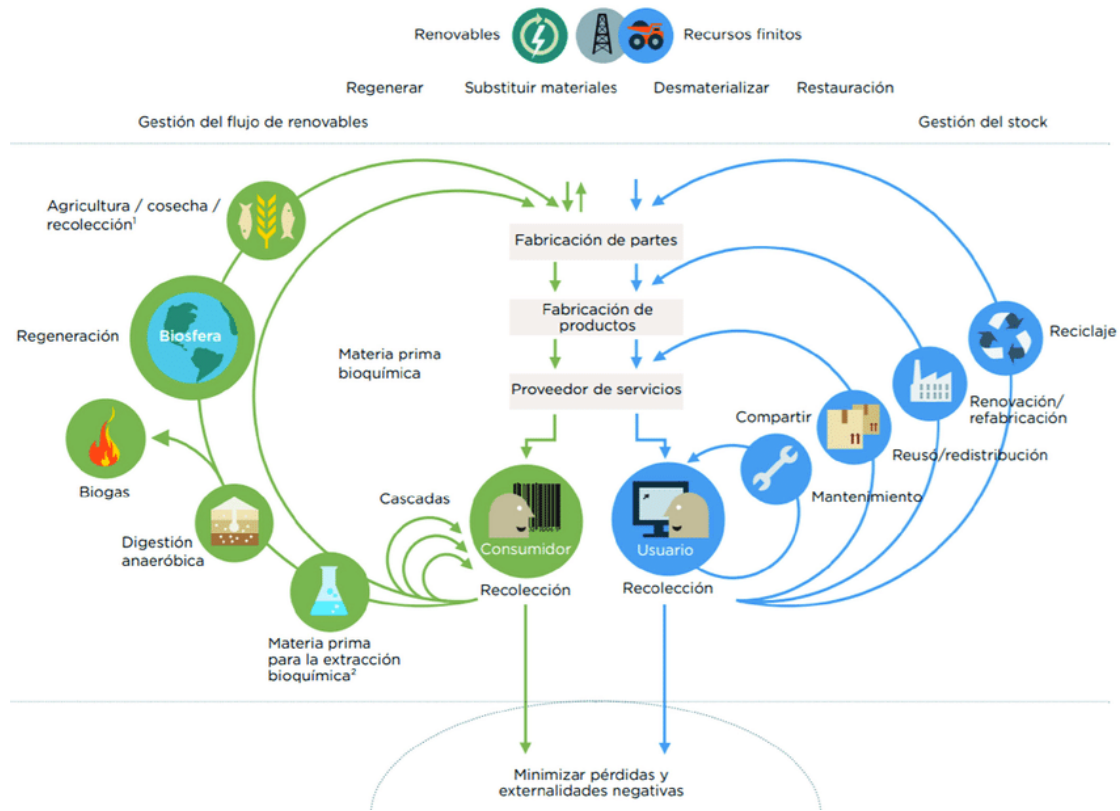
La siguiente figura representa el **diagrama de la mariposa** de la **Fundación Ellen MacArthur**. La figura muestra un modelo circular en el que los materiales son devueltos a la economía en dos ciclos distintos: biológico y técnico. En el ciclo biológico, los materiales se degradan de forma natural y se utilizan para fertilizar la tierra (por ejemplo, la reutilización del desperdicio alimentario de los restaurantes como compost). En el ciclo técnico, los materiales se mantienen en uso a través de estrategias como la

---

<sup>4</sup> SEGITTUR (2022). Manual para la transición de un destino turístico hacia una economía circular.

reutilización, la reparación o el reciclaje (por ejemplo, la reparación del mobiliario en los alojamientos).

**FIGURA 1.2. Esquema de una economía circular**



Fuente: Fundación Ellen MacArthur

El **upcycling** es un ejemplo de cómo el valor de los materiales puede aumentar a medida que se mantienen en circulación. En lugar de simplemente reciclar un material en un producto de calidad similar o inferior, el upcycling implica transformar ese material en un producto de mayor valor y calidad. Esto no solo reduce la cantidad de residuos que se producen, sino que también fomenta la innovación y la creatividad en el diseño de productos sostenibles. Ejemplo de ello sería la utilización del textil de los alojamientos (sábanas, toallas, etc.) desgastado o defectuoso por el uso para darles una segunda vida transformándolos, entre otros, en nuevos uniformes para los empleados.

### 3) Regenerar los sistemas naturales

Tradicionalmente, hemos utilizado los recursos naturales de manera indiscriminada y desde una perspectiva lineal de extracción-producción-eliminación, lo que ha generado consecuencias graves para los sistemas naturales y la biodiversidad. En contraste, la economía circular busca utilizar los recursos de manera más inteligente y responsable,

con el objetivo de regenerar los sistemas naturales a través de la **devolución de materiales y nutrientes**.

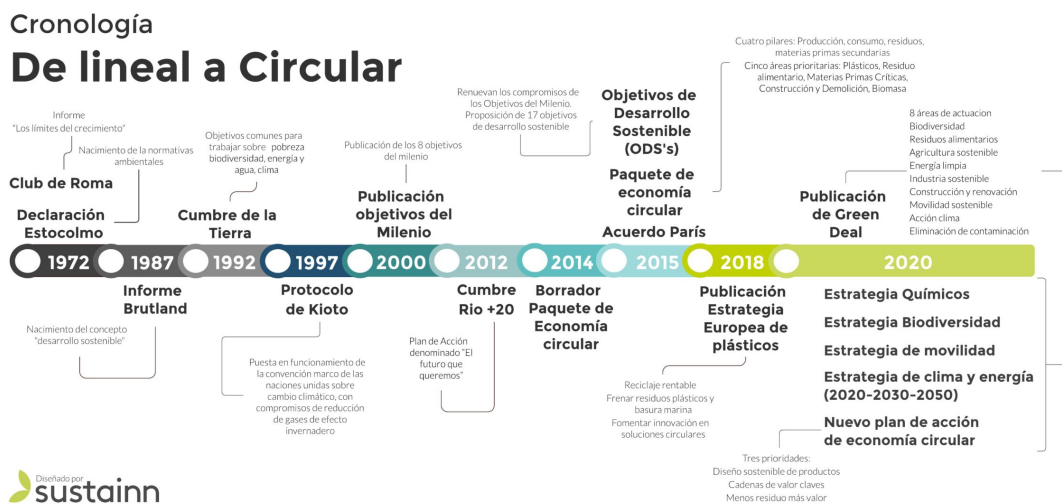
Para lograr esto, es necesario implementar prácticas de gestión de residuos más eficientes y efectivas, fomentar la utilización de fuentes de energía renovable o la producción de alimentos sostenibles.

Algunos ejemplos de estas prácticas son: la incorporación de productos procedentes de cultivos ecológicos en los menús y cartas de un restaurante, la reutilización de residuos orgánicos como compost para el huerto propio de un alojamiento rural, o los programas de reforestación y restauración de ecosistemas o de conservación de la biodiversidad que lleva a cabo un espacio natural protegido<sup>5</sup>.

No obstante, hemos de reconocer que el camino para lograr la transición de un modelo lineal a uno circular está siendo largo y costoso. Podríamos decir que desde la Declaración de Estocolmo en 1972 donde nacen las primeras normativas ambientales, hemos venido caminando en lo que ha culminado en el denominado “Green Deal Europeo” para el logro de una neutralidad climática.

Desde 2015, el concepto de economía circular se incorporó a esta carrera, pasando a jugar un papel fundamental para lograr un futuro realmente sostenible.

**FIGURA 1.3. Cronología de lineal a circular**



Fuente: elaboración propia

<sup>5</sup> SEGITTUR (2022). Manual para la transición de un destino turístico hacia una economía circular.

## 1.2. Los marcos de referencia para la transición del turismo hacia una economía circular

En este capítulo, vamos a repasar los principales marcos de referencia para la transición del turismo hacia una economía circular:

**TABLA 1.1: Marcos de referencia**

TURISMO	
<b>Marcos utilizados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Las Prioridades de ONU Turismo</li> <li>2) El Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico (Componente 14 del PRTR)</li> <li>3) La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030</li> <li>4) La Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos (ESTD)</li> <li>5) El Programa de Experiencias Turismo España</li> </ol>
SOSTENIBILIDAD	
<b>Marcos utilizados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</li> <li>2) El Acuerdo de París sobre el Cambio Climático</li> <li>3) La Declaración de Glasgow. Un compromiso con una década de acción climática en el turismo</li> <li>4) El Pacto Verde Europeo</li> </ol>
ECONOMÍA CIRCULAR	
<b>Marcos utilizados</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) La Estrategia Europea de Economía Circular</li> <li>2) La Estrategia Española de Economía Circular</li> <li>3) Legislación española que despliega la Estrategia de Economía Circular</li> </ol>

*Fuente: Elaboración propia*

### 1.2.1. Los principales marcos del sector turístico

Los principales marcos de referencia del sector turístico para la transición hacia una economía circular son los siguientes:

#### 1) Prioridades de ONU Turismo

La principal organización internacional en el ámbito turístico, ONU Turismo, propone un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. En este sentido, ha definido las siguientes prioridades, con las que una transición del sector hacia una economía circular debe estar alineada:

- **Integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global.** Defender el valor del turismo como motor de crecimiento socioeconómico y de desarrollo, su inclusión como prioridad en las políticas nacionales e internacionales y la necesidad de ofrecer un terreno de juego neutral en el que el sector pueda prosperar y desarrollarse.
- **Mejorar la competitividad turística.** Mejorar la competitividad turística de los Miembros de ONU Turismo mediante la creación y el intercambio de conocimientos, el desarrollo de los recursos humanos y la promoción de la excelencia en ámbitos tales como la planificación turística, las estadísticas y las tendencias del mercado, el desarrollo sostenible del turismo, el marketing y la promoción, el desarrollo de productos y la gestión de riesgos y de crisis.
- **Promover el desarrollo sostenible del turismo.** Apoyar políticas y prácticas de turismo sostenible: políticas que hagan un **uso óptimo de los recursos ambientales**, que respeten la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras y que proporcionen beneficios económicos para todos.
- **Impulsar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y al desarrollo.** Maximizando la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y el logro de los ODS convirtiendo al turismo en una herramienta para el desarrollo y promoviendo la inclusión del turismo en la agenda del desarrollo.
- **Fomentar el conocimiento, la enseñanza y la capacitación.** Ayudar a los países a evaluar y satisfacer sus necesidades en materia de enseñanza y formación y proporcionarles redes que faciliten la creación y el intercambio de conocimientos.
- **Forjar asociaciones.** Asociarse con el sector privado, con organizaciones regionales y locales de turismo, con instituciones docentes e investigadoras, con la sociedad civil y con el sistema de las Naciones Unidas para construir un sector turístico más sostenible, responsable y competitivo.

## 2) El Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico (Componente 14 PRTR)

El Gobierno de España ha recogido en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia<sup>6</sup> un componente específico para el sector turístico: el Plan de modernización y competitividad del sector turístico (C14). El presupuesto para el período 2021-2023 se eleva a 3.400 millones de euros y representa el 4,9% del total del Plan.

---

<sup>6</sup> <https://planderecuperacion.gob.es/plan-espanol-de-recuperacion-transformacion-y-resiliencia>

**TABLA 1.2. Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico**

	Reformas e inversiones	Financiación M€	% sobre total
C14.R1	RD por el que se desarrolla el Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística		
C14.I1	Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad	1.923	56,56%
C14.I2	Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico	337	9,91%
C14.I3	Estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares	220	6,47%
C14.I4	Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad	920	27,16%
		3.400	

*Fuente: Elaboración propia*

Este componente 14 persigue la modernización del sector turístico español desde una perspectiva integral, incluyendo diferentes ámbitos estratégicos de actuación como la **sostenibilidad de los destinos y productos turísticos**, el fomento de la eficiencia energética y la economía circular en el sector y con ello su descarbonización, la preservación del patrimonio histórico de uso turístico, la ordenación y coordinación del mercado de viviendas de uso turístico, la puesta en marcha de planes de resiliencia específicos en destinos extrapeninsulares, la transformación digital del sector turístico o el fortalecimiento del comercio en zonas turísticas, así como **impulsar la economía de la denominada España “vaciada” o rural, a partir del aprovechamiento de sus recursos naturales y endógenos, valiéndose del carácter dinamizador de la actividad turística.**

### 3) La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030

El Gobierno de España, a través de la **Secretaría de Estado de Turismo (SETUR)**, ha elaborado la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, una agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo, impulsando los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial. Para ello, se ha impulsado un proceso participativo en el que se está implicando al sector y las comunidades autónomas.

El objetivo de la nueva Estrategia es sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, que nos permita

mantener su posición de liderazgo mundial. El nuevo modelo estará apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo.

En este sentido, en enero de 2019 y como documento previo al diseño de esta Estrategia de Turismo Sostenible, se presentaron las **Directrices Estratégicas** de esta nueva agenda nacional de turismo, analizando los retos futuros que deberá afrontar el sector turístico en la próxima década.

La Estrategia propone un modelo de crecimiento turístico para los próximos años basado en los siguientes **principios**:

- Crecimiento socioeconómico, para lo que se deberá trabajar en favor de la competitividad y rentabilidad del sector, apostando por la calidad y acelerando el proceso de transformación digital.
- **Preservación de los valores naturales** y culturales, partiendo de la base de que la conservación de nuestro **patrimonio cultural y natural** es un objetivo prioritario.
- Beneficio social, para conseguir un reparto de los beneficios del sector y afrontar retos como la **despoblación del medio rural** en España.
- Participación y gobernanza, vertebrando mecanismos de gobernanza participativa entre el Estado y las Administraciones competentes a todos los niveles.
- Adaptación permanente, dado que no se trata sólo de buscar la calidad y la mejora, sino también de posibilitar que el sector tenga capacidad de respuesta frente al nuevo entorno de cambios constantes.
- Liderazgo, que persigue consolidar el papel de España como líder mundial en el sector.

**TABLA 1.3. Ejes de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030**

Gobernanza colaborativa	Espacio turístico, empresas y personas
Crecimiento sostenible	Producto, marketing e inteligencia turística
Transformación competitiva	

*Fuente: Elaboración propia*

#### **4) Estrategia de Sostenibilidad en Destinos Turísticos (ESTD)**

Al igual que la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos emana del Componente 14 del PRTR. Por su parte,

esta Estrategia centra su actuación sobre el propio destino, teniendo en cuenta sus necesidades y características.

Esta Estrategia persigue la consecución de dos objetivos generales y cuatro resultados específicos:

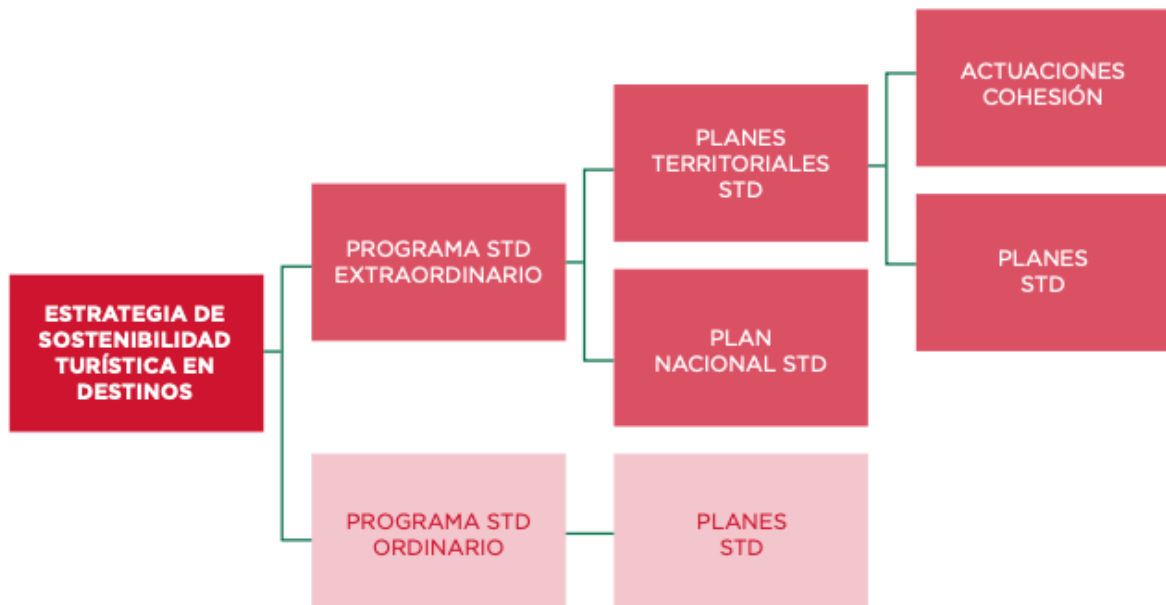
**TABLA 1.4. Objetivos y resultados esperados de la ESTD**

OBJETIVOS	RESULTADOS
Apoyar a los destinos turísticos españoles en su proceso de transformación hacia hubs o polos de innovación turística que desarrollen estrategias de resiliencia frente a nuevos retos	Aumento de su competitividad de los destinos turísticos
	Incorporar de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en los destinos
Alcanzar una mayor cohesión territorial, no so relacionando la oferta y los destinos de cada territorio, sino creando conexiones entre los destinos de distintas regiones	Diversificar la oferta de destinos turísticos
	Mejorar el capital natural del sistema turístico

Fuente: Elaboración propia

Para la consecución de tales objetivos y resultados, la Estrategia realiza una clasificación de los destinos turísticos y establece una serie de objetivos específicos por cada categoría. Asimismo, identifica una serie de actuaciones elegibles, sin vocación de exclusividad, y establece la estructura sobre la que se implementa:

**FIGURA 1.4. Esquema de implementación de la ESTD**



Fuente: SETUR

## 5) El Programa de Experiencias Turismo España

El Programa de Experiencias Turismo España se centra en la creación, innovación y fortalecimiento de la oferta turística del país apalancada sobre el impulso de la innovación colaborativa, esto es, fomentando la cooperación, colaboración entre los distintos agentes clave a través del establecimiento de espacios de trabajo y diálogo.

La SETUR, con el fin de ganar visibilidad en los mercados, atraer nuevos segmentos de demanda nacional e internacional a numerosos destinos de nuestro país, considera que es preciso **diversificar la oferta actual, creando nuevas experiencias que nos ayuden a disminuir la estacionalidad de los destinos, equilibrar el desarrollo turístico territorial y mejorar la rentabilidad y sostenibilidad** de las empresas turísticas, generando alternativas económicas en los territorios.

**TABLA 1.5. Objetivos del Plan Experiencias Turismo España**

Mejorar la sostenibilidad de las experiencias turísticas, tanto la medioambiental, como la social y la económica, al incorporar buenas prácticas y alinearlos con objetivos de transición ecológica, reto demográfico y economía circular.	Lograr, mediante la búsqueda de nuevos mecanismos y procesos, mejorar la gobernanza en el sector turístico habilitando fórmulas y espacios para el trabajo común que permitan una innovación colaborativa a nivel país.
Impulsar la transición digital aplicada tanto a recursos, como a productos y servicios para transformar experiencias turísticas ya existentes o permitir el surgimiento de nuevas experiencias turísticas y mejorar la eficiencia, la accesibilidad y la agilidad.	Apoyar a las entidades que ya trabajan en lógica cooperativa, como el tejido asociativo y otros modelos de entidades turísticas, para mejorar la confianza entre los agentes y promover la mejora del trabajo en red.
Mejorar el intercambio de buenas prácticas entre los actores para lograr un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo en los territorios y contribuir a una mayor cohesión social y territorial en los espacios turísticos.	Mejorar la capacidad de resiliencia, aumentando la preparación de las empresas, los destinos y la ciudadanía frente a las crisis o problemas que el sector enfrenta.

*Fuente: Elaboración propia*

## 1.2.2. Los principales marcos de la sostenibilidad

Los principales marcos de referencia de la sostenibilidad para la transición del turismo hacia una economía circular son los siguientes:

### 1) La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030) también conocidos por sus siglas ODS son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Son 17 objetivos y 169 metas que incluyen cuestiones como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades.

Tras un proceso de negociación sobre los ODS que involucró, en un ejercicio de consenso único, a 193 estados miembros de la ONU, el 25 de septiembre de 2015, se aprobó en una cumbre celebrada en Nueva York, en reunión plenaria de alto nivel de la Asamblea General, una Agenda que lleva por título ***Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*** y que entró en vigor el 1 de enero de 2016. En España, se aprobó en junio de 2018 el Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030.

### 2) El Acuerdo de París

El Acuerdo de París es un tratado internacional sobre el cambio climático jurídicamente vinculante. Fue adoptado por 196 Partes en la COP21 en París, el 12 de diciembre de 2015 y entró en vigor el 4 de noviembre de 2016. Su objetivo es evitar que el incremento de la temperatura media global del planeta supere los 2°C respecto a los niveles preindustriales y busca, además, promover esfuerzos adicionales que hagan posible que el calentamiento global no supere los 1,5°C. Para alcanzar este objetivo de temperatura a largo plazo, los países se proponen alcanzar el máximo de las emisiones de gases de efecto invernadero lo antes posible para lograr un planeta con clima neutro para mediados de siglo.

**El Acuerdo de París es un hito en el proceso multilateral del cambio climático porque, por primera vez, un acuerdo vinculante hace que todos los países se unan en una causa común para emprender esfuerzos ambiciosos para combatir el cambio climático y adaptarse a sus efectos.**

### 3) La Declaración de Glasgow

La Declaración de Glasgow expresa la necesidad urgente de un plan coherente a nivel mundial para la acción climática en el turismo. Los firmantes se comprometen a medir, descarbonizar, regenerar y desbloquear la financiación para este proceso. Además, cada firmante se ha comprometido a entregar un plan de acción climático concreto, o un plan actualizado, dentro de los 12 meses posteriores a la firma. **Más de 300 partes interesadas en el turismo han suscrito ya la Declaración, incluidos los principales actores de la industria en destinos, países y otras partes interesadas en el turismo, desde grandes hasta pequeñas empresas.**

### 4) El Pacto Verde Europeo

El Pacto Verde Europeo es una iniciativa de la Unión Europea para lograr la neutralidad climática para 2050. El plan establece una meta intermedia de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 55% para 2030 en comparación con 1990. Este pacto tiene como objetivo transformar la sociedad europea hacia una economía más moderna, competitiva y equitativa, mediante un enfoque integral que abarca varios sectores clave para la sostenibilidad.

El paquete de medidas incluye acciones en áreas como clima, medio ambiente, energía, transporte, industria, agricultura y finanzas sostenibles, estructuradas en 8 elementos fundamentales para alcanzar la neutralidad climática.

**En materia de enoturismo destacan varias medidas, siendo claves las relativas a la estrategia "De la granja a la mesa" y a la preservación y restablecimiento de los ecosistemas y la biodiversidad.**

**TABLA 1.6. Elementos fundamentales del Pacto Verde Europeo**

Neutralidad climática para 2050	Movilidad sostenible e inteligente
Suministro de energía limpia, asequible y segura	"De la granja a la mesa" con alimentos sanos de circuitos cortos
Una industria sostenible y circular	Preservación y restablecimiento de los ecosistemas y la biodiversidad
Eficiencia en el uso energético y de los recursos en la construcción y renovación de edificios	La eliminación total de sustancias tóxicas

*Fuente: Elaboración propia*

### 1.2.3. Los principales marcos de la economía circular

Los principales marcos de referencia de la economía circular para la transición del sector turístico son los siguientes:

#### 1) **El Plan de Acción de la Economía Circular 2020**

En el año 2020, continuando con los trabajos realizados en 2015<sup>7</sup>, la Comisión Europea impulsó un nuevo Plan de Acción sobre la Economía Circular. Este Plan de Acción 2020 incluye iniciativas a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos, partiendo desde su diseño, y pretende promover la generalización de los procesos de economía circular, con el objeto de fomentar el consumo sostenible y que los recursos utilizados se mantengan en la economía de la UE durante el mayor tiempo posible.

*En una economía circular, el valor de los productos, materiales y recursos se mantiene en la economía durante el mayor tiempo posible, mientras que se reduce al mínimo la generación de residuos. Todo el mundo puede contribuir a esta agenda compartida: las autoridades públicas, las empresas, las ONG, las instituciones académicas, la sociedad civil y los ciudadanos.*<sup>8</sup>

Con este nuevo Plan la Comisión Europea pretende:

- Incentivar modelos de negocio y procesos de producción circulares, logística inversa y circuitos de retroalimentación para reutilizar, renovar y refabricar los productos.
- Incluir capacidades de fabricación avanzadas, como las tecnologías digitales y otras facilitadoras.
- Desarrollar alternativas a las materias primas primarias y promover el uso de materiales reciclados.
- Promover el diseño de productos que duren más y puedan repararse y reciclarse más fácilmente.
- Estimular una economía circular local, por ejemplo, con plantas de simbiosis industrial donde los residuos de una empresa se conviertan en la materia prima de otra.
- Modernizar o actualizar la infraestructura existente para el reciclaje y el tratamiento de residuos.
- Respalda la identificación y retirada de sustancias peligrosas y contaminantes de los productos, residuos y materias primas secundarias.

<sup>7</sup> Cerrar el círculo: un plan de acción de la UE para la economía circular

<sup>8</sup> European Commission, Directorate-General for Environment, *Invertir en la economía circular: un plan rector para la recuperación verde*, Publications Office, 2020, <https://data.europa.eu/doi/10.2779/167684>

- Invertir en movilidad inteligente para crear ciudades más circulares.
- Introducir herramientas e instrumentos económicos que apoyen el consumo sostenible.
- Financiar la formación y educación en competencias ecológicas.
- Dar ejemplo mediante una contratación pública ecológica

Asimismo, Next Generation EU, el plan de recuperación frente al coronavirus propuesto por la Comisión Europea, potencia la inversión en las transiciones verde y digital. Con ello, debería expandirse la economía circular más allá de sectores concretos, como los señalados directamente en el Plan de Acción 2020, e incorporarse la circularidad en todos los ámbitos económicos.

En este sentido, la Comisión Europea defiende que una recuperación verde para salir de la crisis económica provocada por la pandemia del covid-19, potenciada por una economía circular, aporta beneficios como:

**FIGURA 1.5. Beneficios de la Economía Circular**



*Fuente: Estrategia Española de Economía Circular. España Circular 2030*

En definitiva, **la Comisión Europea considera que la economía circular es una oportunidad para situar a Europa en el camino hacia una economía que proteja el medio ambiente, cree resiliencia, genere empleos locales y potencie un crecimiento más justo y sostenible.**

## **2) Estrategia Española de Economía Circular. España Circular 2020**

La Estrategia Española de Economía Circular, España Circular 2030, sienta las bases para impulsar **un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de**

**productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, en la que se reduzcan al mínimo la generación de residuos y se aprovechen con el mayor alcance posible los que no se pueden evitar.**

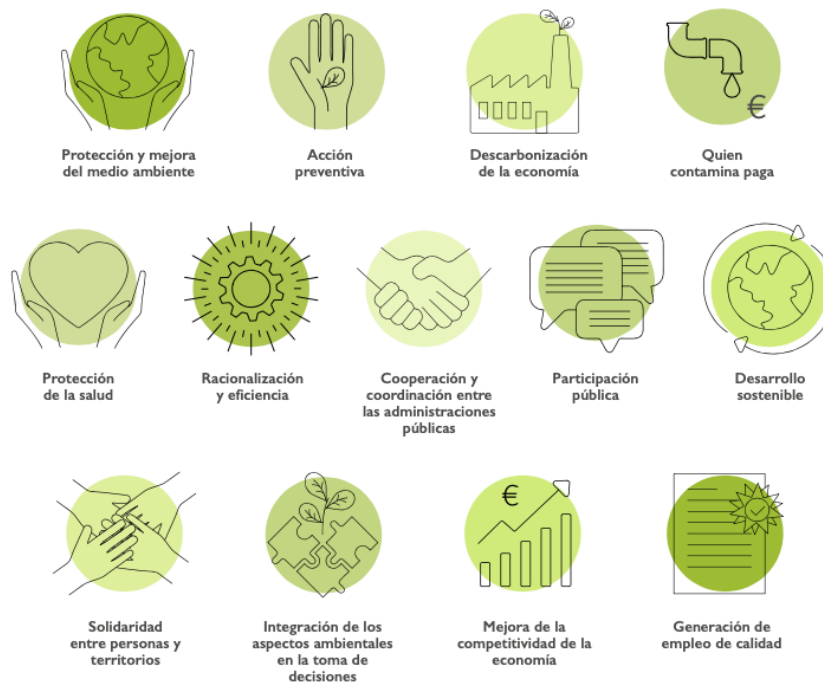
La Estrategia contribuye así a los esfuerzos de España por lograr una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva. Los principios y orientaciones estratégicos se plantean con objeto de dar cumplimiento al artículo 45 de la Constitución Española, que reconoce el derecho a un medioambiente adecuado y prescribe el deber de conservarlo, lo cual pasa por una economía compatible con la utilización racional de todos los recursos naturales, que proteja y mejore la calidad de la vida de la ciudadanía y la preservación de nuestro entorno.

Asimismo, la Estrategia se alinea con las principales iniciativas internacionales recientes para la salvaguarda del medio ambiente: el **Acuerdo de París sobre el cambio climático**, la **Agenda 2030 para el desarrollo sostenible** o la Declaración ministerial de la Asamblea de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente *Hacia un planeta sin contaminación*, acordada en diciembre de 2017 en Nairobi. Es coherente, a su vez, con las líneas de acción impulsadas en el marco de la Unión Europea, como el **Pacto Verde Europeo** y los **dos Planes de la Comisión Europea** en esta materia: *Cerrar el círculo: un plan de acción de la UE para la economía circular*, de 2015 y *Un nuevo Plan de Acción de Economía Circular para una Europa más limpia y competitiva*, de 2020.

La adopción de la nueva Estrategia está prevista en la Agenda del Cambio, adoptada por el Gobierno de España en febrero de 2019 como hoja de ruta de las reformas precisas para un crecimiento sostenible e inclusivo, y también en la Declaración de emergencia climática y ambiental aprobada en enero de 2020, que la incluye entre las líneas prioritarias de actuación. Además, ha sido reconocida como una de las Políticas Palanca del Plan de Acción de la Agenda 2030 del Gobierno de España.

Los **principios generales** que inspiran esta Estrategia, y que emanan de los ordenamientos comunitario y nacional, son los siguientes:

**FIGURA 1.6. Principios Generales de la Estrategia Española de Economía Circular**



*Fuente: Estrategia Española de Economía Circular. España Circular 2030*

Esta Estrategia defiende que la consecución del reto de lograr la transición hacia la economía circular sólo será posible a través de la colaboración, participación e implicación de toda la sociedad, no solo de las administraciones públicas sino también de todos los sectores económicos (fabricación, producción, distribución y gestión de residuos), que han de incorporar la investigación y la innovación como elementos clave para la consecución de los objetivos propuestos. Además, han de jugar un papel central los agentes sociales y, muy especialmente, los consumidores y la ciudadanía, cuyas decisiones de compra de productos, así como su comportamiento en la separación de residuos son fundamentales.

La Estrategia plantea, a modo de decálogo, las siguientes **orientaciones estratégicas** a partir de las cuales se derivan las actuaciones específicas que integrarán los correspondientes planes de acción:

1. **Protección del medio ambiente:** Proteger el medio ambiente, terrestre y marino, y su biodiversidad, contribuir a la lucha contra el cambio climático y garantizar la salud de las personas, haciendo un uso eficiente y sostenible de los recursos disponibles.
2. **Ciclo de vida de los productos:** Implantar un enfoque de ciclo de vida para los productos, con la incorporación de criterios de ecodiseño, reduciendo la

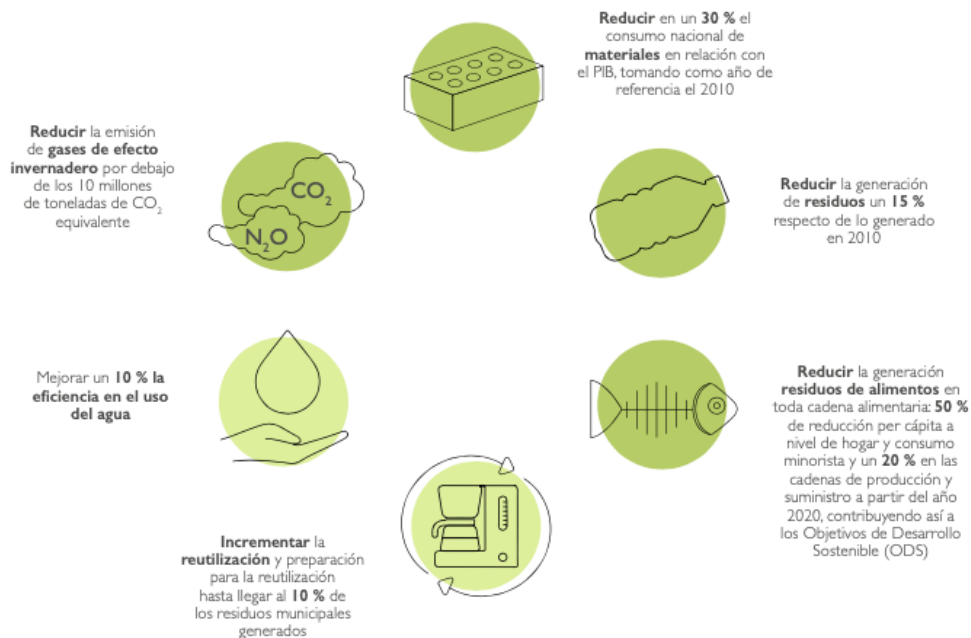
- introducción de sustancias nocivas en su fabricación, facilitando la reparabilidad de los bienes producidos y su reutilización, prolongando su vida útil y posibilitando su valorización al final de ésta, en definitiva, manteniendo el valor de los productos, materiales y recursos en la economía el mayor tiempo posible.
3. **Jerarquía de los residuos:** Aplicación efectiva del principio de jerarquía de los residuos, promoviendo la prevención de su generación, fomentando la preparación para la reutilización, fortaleciendo el reciclado, valorizando energéticamente o de otras formas aquellos residuos que no pueden ser reciclados y favoreciendo su trazabilidad, reduciendo el abandono de residuos en el medio ambiente y su llegada al mar.
  4. **Reducción de residuos alimentarios:** Disminuir los residuos alimentarios para reducir el impacto ambiental y económico del consumo de los recursos y favorecer un reparto más equitativo de los mismos.
  5. **Eficiencia en la producción:** Introducir pautas que incrementen la innovación y la eficiencia global de los procesos productivos, mediante el uso de infraestructuras y servicios digitales, así como la adopción de medidas como la implantación de sistemas de gestión ambiental, impulsando así la competitividad y el crecimiento empresarial sostenible.
  6. **Consumo sostenible:** Promover modelos innovadores de consumo sostenible y responsable, que incluyan productos y servicios, así como el uso de infraestructuras y servicios digitales, basados en la transparencia de la información sobre las características de los bienes y servicios, su duración, reparabilidad y eficiencia energética, mediante el empleo de medidas como el uso de la ecoetiqueta.
  7. **Sensibilización y comunicación:** Difundir la importancia de adoptar una economía circular, promoviendo y facilitando la creación de los cauces adecuados para la coordinación entre las administraciones y para intercambiar la información entre éstas y los agentes económicos, sociales, comunidad científica y tecnológica, de manera que se creen sinergias que favorezcan la transición.
  8. **Empleo para la economía circular:** Consolidar políticas de empleo que favorezcan la transición justa y solidaria hacia una economía circular, identificando nuevos yacimientos de empleo y facilitando la creación de capacidades para los mismos.
  9. **Investigación e innovación:** Promover la investigación y la innovación tanto en el ámbito público como en el sector empresarial, y especialmente en materia de colaboración público-privada, como motores del cambio y transición hacia un modelo productivo y social sostenible facilitando la generación de conocimiento, su transferencia y la adopción de nuevas tecnologías.

10. **Indicadores:** Fomentar el uso de indicadores comunes, transparentes y accesibles que permitan conocer el grado de implantación de la economía circular, en especial su repercusión social y ambiental.

En este contexto, la Estrategia establece unas orientaciones estratégicas a modo de decálogo y se marca una serie de **objetivos cuantitativos para el año 2030**:

- Reducir en un 30% el consumo nacional de materiales en relación con el PIB, tomando como año de referencia el 2010.
- Reducir la generación de residuos un 15% respecto de lo generado en 2010.
- Reducir la generación residuos de alimentos en toda cadena alimentaria: 50% de reducción per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20% en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020.
- Incrementar la reutilización y preparación para la reutilización hasta llegar al 10% de los residuos municipales generados.
- Mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua.
- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero por debajo de los 10 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.

**FIGURA 1.7. Objetivos de la Estrategia de EC para el año 2030**



Fuente: España Circular 2030

La Estrategia Española de Economía Circular identifica **seis sectores prioritarios de actividad en los que incorporar este reto para una España circular**: sector de la

construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, **turismo** y textil y confección.

## **El Plan de Acción de Economía Circular 2021-2023**

La Estrategia Española de Economía Circular se concreta en la elaboración de sucesivos planes de acción de carácter trienal, que deben recoger y coordinar, aunque no de forma exclusiva, las actuaciones de la Administración General del Estado para la promoción e inclusión de la Economía Circular en las diferentes políticas sectoriales con el objeto de avanzar en la adopción de un modelo sostenible económico, social y ambiental.

De esta forma, el **primer Plan de Acción de Economía Circular 2021-2023** es un instrumento ordenado de las **116 medidas dispuestas por once ministerios** que conforman una respuesta coordinada y complementaria que refuerza cada una de las medidas individuales propuestas para lograr los objetivos definidos para el año 2030 y que a su vez mantengan la coherencia con las iniciativas y políticas emprendidas a nivel comunitario.

Este primer Plan de Acción de Economía Circular, que abarca el periodo 2021-2023, coincide temporalmente, en buena medida, con la puesta en marcha de las medidas adoptadas por el Gobierno para **la recuperación de la actividad económica tras la crisis provocada por la pandemia del covid-19**.

En este contexto, el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)** es el instrumento llamado a articular el conjunto de reformas e inversiones dirigidas a facilitar una recuperación económica que, entre otros aspectos, debe contribuir a hacer realidad la transición hacia un modelo de crecimiento más sostenible. El Plan, que sirve para vehicular el acceso a la financiación europea comprometida en el instrumento Next Generation EU, entronca con los principios del Pacto Verde Europeo, incluida su apuesta por la descarbonización y la economía circular.

No es extraño, por tanto, que **la Economía Circular ocupe un lugar destacado en el PRTR**. En el momento de presentar este Plan de Acción, el PRTR comunicado a la Comisión Europea incluye la Economía Circular en el Componente 12, “Política Industrial de España 2030”, donde se plantean reformas e inversiones en materia de residuos y de economía circular con las que se pretende impulsar el despliegue de este modelo económico en España.

Más allá de este componente específico, **la apuesta por la economía circular se ve también reflejada en otros componentes relacionados con la política industrial,**

**así como en otros componentes sectoriales, como los dedicados a la agricultura y a la ganadería, la rehabilitación de viviendas, el agua o el turismo.** Del mismo modo, se plantean iniciativas relacionadas con la transición hacia un modelo de producción y consumo circular en ámbitos transversales como la fiscalidad, la formación de trabajadores o la I+D+i.

La crisis sanitaria ha puesto de manifiesto tanto los vínculos entre las amenazas ambientales y el origen de la pandemia, como la vulnerabilidad de las cadenas de suministro de determinados bienes. La recuperación que ha de seguir a esta crisis no puede desconocer estas circunstancias y debe suponer un punto de inflexión hacia un modelo económico sostenible, climáticamente neutro y circular. Este I Plan de Acción de Economía Circular y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia avanzan de manera coherente en esa dirección.

Por su parte, el **Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en el periodo 2021-2027** ofrece oportunidades para la cofinanciación de actuaciones en materia de economía circular dentro de los 5 Objetivos Políticos (OP) propuestos, donde destacan el OP 2. *“Una Europa más verde, baja en carbono, en transición hacia una economía neutra en carbono y resiliente, promoviendo una transición energética limpia y equitativa, la inversión verde y azul, la economía circular, la mitigación y adaptación al cambio climático, la prevención y la gestión de riesgos y la movilidad urbana sostenible”* y el OP 1. *“Una Europa más competitiva e inteligente promoviendo la transformación económica innovadora e inteligente”*.

Las inversiones del Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia se coordinarán con las medidas financiadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) con el fin de asegurar la optimización en la gestión de los recursos y evitar la doble financiación.

### **3) Legislación española que despliega la Estrategia de Economía Circular**

En este punto hemos de destacar dos textos legislativos: la Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular, y el proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario, que se encuentra actualmente en tramitación parlamentaria.

#### **La Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular**

La Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular es **una de las principales piezas legislativas para impulsar la economía circular y baja en**

**carbono en España.** La norma se ha remitido al Senado para su ratificación, a principios del año 2022.

Este documento, alineado con la Estrategia Española de Economía Circular (*España Circular 2030*), revisa la actual normativa de residuos y suelos contaminados para cumplir con los nuevos objetivos establecidos en las directivas comunitarias de residuos, así como con los derivados de la directiva de plásticos de un solo uso.

En este sentido, y con la finalidad de romper el vínculo entre el crecimiento económico y los impactos sobre la salud humana y el medio ambiente asociados a la generación de residuos, la norma da un papel protagonista a las medidas de prevención en la política de residuos, mediante la inclusión de objetivos concretos y cuantificables: **reducción del peso de los residuos producidos de un 13% en 2025 y de un 15% en 2025 respecto a los generados en 2010.**

Se contemplan actuaciones contra el desperdicio de alimentos en línea con los objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas para 2030. En este ámbito se prohíbe también la destrucción de excedentes no vendidos de productos no perecederos, tales como textiles, juguetes y aparatos eléctricos, entre otros, que deberán destinarse preferentemente a reutilización y reciclado.

Además, para reducir el consumo de envases, en **los establecimientos del sector de la hostelería y restauración se tendrá que ofrecer siempre a los clientes la posibilidad de consumo de agua no envasada de manera gratuita** y también las administraciones públicas deberán adoptar medidas necesarias para reducir el consumo de agua embotellada en sus dependencias y en otros espacios públicos, sin perjuicio de que en los centros sanitarios se permita la comercialización en envases de un solo uso.

Entre las **principales novedades**, en el ámbito de la gestión de los residuos, cabe destacar el establecimiento de un **calendario de implantación de nuevas recogidas separadas de residuos para su valorización, además de la ya existente para el papel, los metales, el plástico y el vidrio.**

Se amplía así la recogida separada a los biorresiduos domésticos, a partir de julio de 2022 para entidades locales con más de 5.000 habitantes, y a partir de 2024 para el resto de los municipios; y a los residuos textiles, aceites de cocina usados, residuos domésticos peligrosos y residuos voluminosos a partir de 2025. Los residuos de construcción y demolición deberán clasificarse por materiales, preferentemente en el origen a partir de 2022, y la demolición deberá ser selectiva a partir de 2024.

Asimismo, fija **objetivos más ambiciosos de preparación para la reutilización y reciclado de residuos municipales**: un incremento del 5% cada cinco años hasta alcanzar el 65% en 2035, estableciendo porcentajes específicos de preparación para la reutilización, dentro de cada uno de esos objetivos, siendo del 15% en 2035.

En el **ámbito de los plásticos**, se han introducido limitaciones a estos productos, con medidas que van desde objetivos de reducción, requisitos de diseño o de marcado, hasta la restricción de la introducción en el mercado de algunos de ellos y el establecimiento de un impuesto sobre los envases de plástico no reutilizables para avanzar en la prevención de sus residuos.

Por otro lado, **queda prohibida la introducción en el mercado de 10 productos de plástico de un solo uso como pajitas, bastoncillos, cubiertos, platos, cualquier producto hecho con plástico oxodegradable, así como las microesferas de plástico de menos de 5 mm.**

Entre los **productos de plástico de un solo uso sujetos a reducción están los vasos para bebidas, incluidos sus tapas y tapones, y los recipientes alimentarios destinados al consumo inmediato**, cuya comercialización ha de reducirse un 50% en 2026 y un 70% para 2030, respecto a 2022 en ambos casos. Para cumplir con estos objetivos, se habrá de fomentar el uso de alternativas reutilizables o de otro material no plástico. Desde el 1 de enero de 2023 queda prohibida su distribución gratuita y deberá cobrarse un precio por cada uno de los productos de plástico que se entreguen al consumidor.

Por primera vez, con carácter estatal, se hace uso de **medidas fiscales en el ámbito de los residuos para incentivar la economía circular**. En concreto, se incluyen dos nuevos impuestos: **un impuesto sobre envases de plástico no reutilizables**, y un **impuesto a la incineración, coincineración y al depósito de residuos en vertedero**.

Asimismo, se incluye la obligación para las entidades locales en el plazo de 3 años de desarrollar una tasa o prestación patrimonial de carácter pública no tributaria, específica, diferenciada y no deficitaria asociada a los servicios de gestión de residuos que prestan.

En cuanto a la **responsabilidad ampliada del productor del residuo**, la norma revisa la regulación marco en coherencia con la normativa comunitaria, explicitando las obligaciones que se pueden imponer mediante Real Decreto a los productores, entre las que se encontraría el sistema de depósito, devolución y retorno, y define las partidas de gestión de residuos que deben financiar los productores y los mecanismos de control para los sistemas individuales y colectivos que se creen.

Este nuevo régimen obligará a revisar toda la normativa donde ya se aplica este instrumento antes de 2023 y prevé su aplicación en textiles, muebles y enseres y plásticos agrarios tres años después de la entrada en vigor de la Ley. También se prevé la regulación de regímenes de responsabilidad ampliada en 2025 para productos como las toallitas, los globos, los productos del tabaco y sus filtros o las artes de pesca.

La Ley contiene también la regulación de los suelos contaminados, manteniéndose el anterior régimen jurídico en cuanto a las actividades potencialmente contaminantes, al procedimiento de declaración, a los inventarios de suelos contaminados y a la determinación de los sujetos responsables de la descontaminación y recuperación de los suelos. Como novedad, se ha incluido la creación del Inventario Nacional de descontaminaciones voluntarias de suelos contaminados, que será alimentado por los registros autonómicos.

Por otra parte, el texto revisa el régimen sancionador incluyendo nuevas infracciones. Así, será considerado infracción el abandono, incluido el de la basura dispersa o *littering*, el vertido y la gestión incontrolada de residuos peligrosos y también de cualquier otro tipo de residuos.

Entre las novedades de esta norma se han abordado asimismo aspectos como la inclusión, por primera vez, tanto a nivel europeo como nacional, del concepto de economía circular en un texto jurídico; la consideración de ciertas particularidades en las tasas municipales de residuos como la participación en compostaje doméstico o comunitario o las situaciones de familias y personas en riesgo de exclusión social; la posibilidad para los ayuntamientos de establecer **limitaciones sobre fumar en las playas** o liberar voluntariamente y de forma masiva globos; la venta a granel, **la obligación de aceptar el uso de recipientes reutilizables en los establecimientos de alimentación que vendan productos frescos y bebidas, así como alimentos cocinados**, o la obligación de proporcionar información sobre la *reparabilidad* de los productos eléctricos y electrónicos.

Además, se refuerza el título de los suelos contaminados en relación con los procesos de transmisión patrimonial y las obligaciones de descontaminación; se contempla la particular situación de la recogida de medicamentos junto con sus envases y se prevé el desarrollo de medidas para controlar la correcta gestión de los buques al final de su vida útil.

Se ha avanzado también en el ámbito de la gestión de residuos incluyendo un objetivo de recogida separada para los residuos municipales, de forma que en 2035 el 50% de los residuos municipales generados se habrán de recoger separadamente. Y al objeto de que se considere como recogida separada la fracción de biorresiduos deberá contener como máximo un porcentaje de impropios de 20% en 2022 y 15% en 2027,

avanzando hacia modelos más eficientes como el *puerta a puerta* o la recogida en contenedores cerrados o inteligentes.

Así, se aborda también el sistema de depósito, devolución y retorno, vinculando su establecimiento obligatorio en todo el territorio del estado al incumplimiento de unos objetivos intermedios de recogida separada de botellas de plástico de bebidas fijados para 2023 y 2027, del 70 y 85% respectivamente, pudiendo extender este sistema no solo a las botellas sino también a otros envases.

Por último, se han contemplado explícitamente las finalidades ambientales de las dos figuras tributarias: la prevención de la generación de residuos de envases de un solo uso y el fomento de las primeras opciones de la jerarquía, esto es, prevención, preparación para la reutilización y el reciclado. Teniendo en cuenta la situación de crisis económica y sanitaria ocasionada por el Covid-19 se ha retrasado la entrada en vigor de los dos impuestos al 1 de enero de 2023 y se han excluido del impuesto del plástico los contenedores de residuos peligrosos de origen sanitario, a la vez que se ha contemplado el reciclado químico de cara a dicho impuesto.

### **El proyecto de ley para combatir el desperdicio de alimentos en España**

El Gobierno de España aprobó el 9 de enero de 2024 el proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario, que se encuentra, en la actualidad, en trámite parlamentario.

El objeto de esta Ley es la prevención y reducción de las pérdidas y desperdicio de alimentos por parte de **todos los agentes de la cadena alimentaria**; establecer una jerarquía de prioridades, facilitar la donación de alimentos y contribuir a satisfacer las necesidades alimentarias de la población más vulnerable así como una producción y consumo más sostenible; y sensibilizar, formar, movilizar a todos los agentes de la cadena en una gestión adecuada de los alimentos así como en materia de información alimentaria.

Los fines específicos de esta Ley son los siguientes:

- Disminuir las pérdidas y el desperdicio de alimentos mediante una gestión más eficiente de los recursos, promoviendo así la **economía circular**.
- **Sensibilizar e informar a los agentes** de la producción, transformación, distribución, **hostelería, restauración**, personas consumidoras y ciudadanía en general.
- Fomentar la distribución para la donación de alimentos garantizando la seguridad alimentaria y la trazabilidad.

- Promover la recuperación y distribución para la donación de excedentes de alimentos con fines de solidaridad social, asignándolos como prioridad para uso humano.
- Favorecer la investigación e innovación y actividades de concienciación en el ámbito de la prevención y reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario.
- Dar respuesta al objetivo sobre **producción y consumo responsable** de la Agenda 2030.
- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes.

La Ley identifica como agentes de la cadena alimentaria a **operadores pertenecientes al sector primario**, incluyendo cooperativas y demás entidades asociativas, entidades o empresas de elaboración, fabricación o distribución de alimentos, comercios al por menor, **empresas del sector de la hostelería o la restauración** y otros proveedores de servicios alimentarios, entidades de iniciativa social y otras organizaciones sin ánimo de lucro que prestan servicios de distribución para la donación de alimentos, y las Administraciones públicas. Las actividades destinadas a prevenir y reducir las pérdidas y el desperdicio alimentario para todos los agentes de la cadena alimentaria se regirán por los siguientes principios:

- Eficiencia en el uso de los recursos de la cadena alimentaria.
- Prevención, de modo que se fomente la adopción de medidas orientadas a evitar que un alimento se desperdicie, a reducir la cantidad de pérdidas y desperdicio alimentario mediante su reutilización, y a reducir el impacto de las emisiones y la generación de residuos sobre el medio ambiente y la salud humana.
- Jerarquía de prioridades conforme a lo señalado en esta ley y en la normativa reguladora de residuos, dentro de sus respectivos marcos reguladores.
- Fomentar la donación de alimentos para consumo humano, priorizándolo frente a otros usos como la alimentación animal y la transformación en productos no alimenticios.
- Fomentar la educación y concienciación respecto a la prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario de la ciudadanía en general.

Los agentes de la cadena alimentaria deberán adaptar sus actuaciones a la siguiente jerarquía de prioridades:

- Prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario.
- Utilización para la alimentación humana incluida la donación y otros tipos de redistribución para consumo humano.
- Transformación de los productos que no se han vendido pero que siguen siendo aptos para el consumo.

- Uso de los alimentos como subproductos destinándolos a la alimentación animal y fabricación de piensos.
- Uso como subproducto en otra industria
- Valorización material mediante la obtención de compost de calidad y digerido para su uso en agricultura.
- Valorización energética mediante la obtención de biogás u otros tipos de valorización energética mediante la obtención de combustibles.

En este sentido, todos los agentes de la cadena alimentaria tienen la obligación de aplicar a las pérdidas y el desperdicio alimentario la jerarquía de prioridades de esta ley en cualquiera de los eslabones de la cadena alimentaria en la que se generen y adoptar medidas adecuadas para su aplicación, sin perjuicio de las disposiciones de la Ley de residuos y suelos contaminados y otra normativa de residuos que les sean de aplicación.

Estos agentes tendrán las siguientes obligaciones:

- Disponer de infraestructuras adecuadas y formación del personal para que los procesos de manipulación, almacenamiento y transporte se lleven a cabo en las condiciones óptimas, que minimicen las pérdidas.
- Disponer de sistemas que garanticen la cadena de frío, cuando sea necesario, y el uso de equipos de almacenamiento y transporte adecuados, así como el desarrollo de protocolos específicos para el correcto transporte y la recepción en frío.
- Disponer de instalaciones adecuadas de manipulación.
- Disponer de un plan de aplicación para la prevención de las pérdidas y desperdicio alimentario que contemple en su caso la donación.
- Formar y sensibilizar al personal (empleado y voluntario) para que actúen de forma activa en la prevención y reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario e implicarles en esta acción.
- Medir e informar anualmente sobre la cuantificación de las pérdidas y el desperdicio alimentario.
- Asegurarse de que los productos tienen suficiente vida útil de almacenamiento al entregarlos a empresas, entidades de iniciativa social y otras organizaciones sin ánimo de lucro o bancos de alimentos con el fin de hacer posible su distribución y usos seguros por parte del consumidor final.
- Donar o distribuir sus excedentes de alimentos a aquellas empresas, entidades de iniciativa social y otras organizaciones sin ánimo de lucro o bancos de alimentos.
- Hacer un uso racional de los recursos y otros insumos necesarios para la producción, transformación y comercialización de alimentos.

- Asegurarse de que los productos con la fecha de consumo preferente vencida se presenten separados y claramente diferenciados del resto de productos en el punto de venta final a disposición del consumidor, con bajada de precios o para donación.

Además, **las empresas de la hostelería tendrán que ofrecer al consumidor que pueda llevarse, sin coste adicional alguno, los alimentos que no haya consumido, e informar de esta posibilidad de forma clara y visible en el propio establecimiento**, preferentemente en la carta o el menú. Para ello se emplearán **envases aptos para el uso alimentario, reutilizables, compostables o fácilmente reciclables**, y se admitirá que el consumidor porte su propio envase siempre que esté en condiciones adecuadas de higiene.

Por otra parte, las empresas de hostelería tendrán que promover junto con las Administraciones un **modelo de buenas prácticas destinadas a evitar y reducir las pérdidas y el desperdicio alimentario** adoptando las siguientes medidas:

- Fomentar **criterios de compra sostenible y de calidad** (alimentos frescos, de temporada, locales o ecológicos) **para reducir la huella ambiental y promocionar la economía de proximidad**, sin perjuicio del régimen especial de aquellas empresas del sector de la restauración y la hostelería que por sus especiales características o su temática deban adquirir productos que no sean los de proximidad para garantizar que se ajustan a los servicios ofrecidos a y la expectativa del consumidor al estar vinculados con la imagen de los mismos.
- **Promover la flexibilización de los menús**, para que el consumidor pueda elegir la guarnición o raciones de distinto tamaño.
- Fomentar la **donación de alimentos con fines sociales**.
- Fomentar la **entrega a proyectos de compostaje de los restos alimentarios** conforme a la normativa de residuos.

En conclusión, las propuestas de este proyecto de ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario van a tener **consecuencias muy relevantes tanto para la dinámica de las empresas turísticas, incluidas las del sector del enoturismo, con nuevas obligaciones legales, como para el despliegue de los principios de la economía circular en el sector**.

### 1.3. Los retos medioambientales del sector turístico

En las últimas décadas el mundo ha sido cada vez más globalizado, interconectado e interdependiente. Y en la actualidad se enfrenta a problemas medioambientales globales como el cambio climático, la sobreexplotación de la Tierra, el colapso de los combustibles fósiles, la destrucción de los ecosistemas o la gestión de los residuos.

Nos encontramos ante un hecho incontestable. El último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de las Naciones Unidas (IPCC) ha confirmado la influencia del ser humano en el clima. La humanidad ha calentado la atmósfera, el océano y la tierra, lo que ha producido cambios generalizados y rápidos en el planeta<sup>9</sup>.

Las consecuencias directas son el calentamiento global y fenómenos meteorológicos extremos como olas de calor, fuertes precipitaciones, sequías o ciclones tropicales, que han aumentado en intensidad y frecuencia en todas las regiones del mundo. Es decir, el cambio climático es una de las principales amenazas para la viabilidad de la sociedad actual.

Asimismo, los efectos del actual sistema de producción y consumo humano se han hecho evidentes. El planeta se enfrenta al agotamiento de los recursos naturales por la sobreexplotación y el sobreconsumo, que se concreta en fenómenos como la sobrepesca, la deforestación, la escasez de agua o los combustibles fósiles, y la gestión de los residuos.

En este sentido, la *Global Footprint Network* creó en el año 1970 el concepto de “**Día de Exceso de la Tierra**” que intenta fijar la fecha en que la demanda anual de la humanidad sobre la naturaleza excede lo que la Tierra puede regenerar en este año o, lo que es lo mismo, el día del año en que se agota el consumo de recursos *presupuestados* para dicho año<sup>10</sup>. En el año 1970 ese día ocurrió el 23 de diciembre, en el año 2000 fue el 1 de octubre, y en el año 2024 el Día de Exceso de la Tierra ha sido el 1 de agosto. Esto significa que cada año los recursos se agotan más rápido y que llevamos cuatro décadas consumiendo los recursos anuales antes de que acabe el año y, por lo tanto, impidiendo su regeneración. En el caso de España, el Día de Exceso de la Tierra en 2024 fue el 20 de mayo. Es decir, vivimos con si tuviéramos 1,75 planetas

---

<sup>9</sup> IPCC, 2021: Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S. L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M. I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J. B. R. Matthews, T. K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu and B. Zhou (eds.)]. Cambridge University Press. In Press.

<sup>10</sup> <https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-june-2021-spanish/>

a nuestra disposición. Si la población mundial viviera como España, consumiría el equivalente a 2,5 planetas al año.

Por su parte, el Banco Mundial ha señalado que **la producción de residuos aumentó diez veces durante el siglo XX**. Y las previsiones de este organismo son que la generación de desechos a nivel mundial, impulsada por la rápida urbanización y el crecimiento de las poblaciones, aumentará de 2.010 millones de toneladas registradas en 2016 a 3.400 millones en el curso de los próximos 30 años<sup>11</sup>.

### ***El turismo no es neutral***

El turismo es un sector clave para el conjunto de la economía mundial, y su dinamismo explica una buena parte del progreso económico en las últimas décadas.

Pero, desde hace años, ya casi **nadie discute los efectos negativos de esta actividad sobre el clima y el medioambiente**, como son el consumo excesivo y la sobre explotación de recursos (territorio, energía, agua, alimentos, etc.) o la producción de residuos.

Rodríguez et al. (2020) resumen los **impactos de la actividad turística** en el medio ambiente en tres grandes grupos:

- Impactos relacionados directamente con la realización de la actividad sobre el territorio en el que se lleva a cabo.
- Impactos ambientales producidos en la entrada de recursos en el sector (consumo de productos, recursos, etc.).
- Impactos del proceso de salida de recursos, ya sea por contaminación o generación de residuos.

**La preocupación por los impactos medioambientales del turismo ha venido creciendo en los últimos tiempos**, especialmente desde la Conferencia de Río de Janeiro de 1992, donde se institucionaliza el concepto de sostenibilidad y se empieza a utilizar el término de “turismo sostenible”. ONU Turismo lo define como *aquel que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida*.

De esta forma, el turismo sostenible debe:

---

<sup>11</sup> Banco Mundial, 2018: What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050

- Hacer un **uso óptimo de los recursos ambientales que constituyen un elemento clave en el desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural y la biodiversidad.**
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural construido y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir a la comprensión y la tolerancia interculturales.
- Garantizar operaciones económicas viables a largo plazo, que brinden beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas que se distribuyan de manera justa, incluidas oportunidades estables de empleo y generación de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan al alivio de la pobreza.

Es decir, la sostenibilidad en el turismo requiere una gestión óptima de los recursos, tal como se pone de manifiesto en la *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20* (Vitoria, 2015): *el turismo debe ser compatible con la conservación de la naturaleza y de la biodiversidad, ya que un medio ambiente sano constituye un recurso turístico fundamental y sirve para tomar conciencia del valor intrínseco de la naturaleza para todos.* Asimismo, el turismo debe *responder de forma activa y de manera urgente al cambio climático y asegurar la implantación de patrones de consumo y producción sostenibles a lo largo de toda la cadena de servicios y actividades.*

Los problemas **medioambientales más relacionados con el turismo**, propios del modelo lineal actual del sector, son el **uso de energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>**, el **uso de agua**, el **consumo excesivo**, la **generación de residuos** y la **pérdida de biodiversidad**.

En este sentido, Sterren et al. (2021) han elaborado un modelo de análisis que nos permite identificar los **puntos críticos de los diferentes subsectores que componen el turismo** que son relevantes en relación con sus impactos ambientales, el potencial para el despliegue de procesos circulares y su contribución a los ODS.

**FIGURA 1.8. Identificación de puntos críticos de los impactos ambientales del turismo**

Impactos	Uso de Energía	Uso de Agua	Uso de otros recursos	Residuos	Cambio climático	Bio-diversidad
<b>Alojamiento</b> Construcción	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
<b>Alojamiento</b> Operaciones	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Bajo
<b>Hostelería</b> Construcción	Medio	Medio	Bajo	Medio	Bajo	Bajo
<b>Hostelería</b> Operaciones	Medio	Medio	Medio	Alto	Medio	Bajo
<b>Transporte</b> Local	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Medio
<b>Transporte</b> Origen-Destino	Alto	Bajo	Alto	Bajo	Alto	Medio
<b>Actividades:</b> eventos, atracciones, festivales, etc.	Medio	Medio	Alto	Alto	Bajo	Medio
<b>Servicios</b> (TTOO, AAVV, servicios financieros y de booking)	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo

Fuente: Elaboración propia a partir de UN Economic and Social Council. Draft assessment of applying principles of circular economy to sustainable tourism in the pan-European region (2021)

Como se puede observar en la figura anterior, el sector turístico contribuye en gran medida a la **generación de residuos**, al **consumo de energía**, al **cambio climático** y, en menor medida a los **problemas con el agua**. De hecho, estos cuatro puntos críticos coinciden con las cuatro cuentas principales identificadas por ONU Turismo en su iniciativa para impulsar un marco estadístico que permita medir la sostenibilidad en el turismo, uno de los retos actuales de la implementación de la economía circular en este sector. Estos autores no han señalado como punto crítico **el impacto del turismo en la biodiversidad**, a pesar de que tanto la transformación del territorio, como el crecimiento acelerado del sector aéreo en los últimos años, vinculado a las compañías *low cost*, las emisiones de CO2 o la sobreexplotación de los recursos naturales sí conducen a una pérdida de biodiversidad en los destinos.

Por subsectores, se observa que **el alojamiento y el transporte desde el origen al destino** son los que más impactan en el medioambiente, seguidos por las actividades que realizan los turistas y la hostelería.

Asimismo, estas categorías de impacto del sector turístico se pueden vincular con los ODS que tienen relación con los procesos circulares y nos permiten identificar posibles indicadores de seguimiento de la circularidad en el sector turístico (ver tabla siguiente).

**FIGURA 1.9. Categorías de impacto del turismo y ODS**

Impacto	ODS relevantes	Posibles indicadores
Uso de energía y cambio climático	13 (Acción por el clima) 7 (Energía asequible y no contaminante)	Uso de energía Uso de energía renovable Emisiones de GEI Modelo de transporte compartido Número de llegadas y salidas
Pérdida de biodiversidad	15 (Vida de ecosistemas terrestres) 14 (Vida submarina)	Área protegida Infraestructura de transporte
Agua (escasez)	6 (Agua limpia y saneamiento)	Consumo de agua Gestión del agua
Residuos (producción)	12 (Producción y consumo responsable)	Producción de residuos Gestión de residuos Materiales de construcción
Uso de recursos y sobre consumo	12 (Producción y consumo responsable)	Consumo de recursos

Fuente: elaboración propia a partir de UN Economic and Social Council. Draft assessment of applying principles of circular economy to sustainable tourism in the pan-European region (2021)

A continuación, vamos a repasar el alcance de algunos de estos impactos del sector turístico sobre el medio ambiente:

### Uso de energía y emisiones de CO2

La cuota del turismo en el consumo mundial de energía procedente de combustibles fósiles y en las emisiones de CO2 era ya del 5% en 2008<sup>12</sup>. Hasta el año 2020, **el sector turístico había representado el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero**<sup>13</sup>.

Sin embargo, el estudio **Drivers of global tourism carbon emissions**<sup>14</sup>, liderado por la profesora de la Universidad de Queensland (Australia) Ya-Yen Sun, y publicado en diciembre de 2024 en la revista Nature Communications, alerta que las emisiones de CO2 asociadas al turismo mundial crecen al trepidante ritmo del 3,5% anual, más del doble de la tasa de crecimiento de la economía mundial, y alcanzaron las 5,2 gigatoneladas de CO2 en 2019, lo que equivale al **8,8% de las emisiones mundiales**

<sup>12</sup> UNWTO and UNEP, Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges (Madrid, 2008)

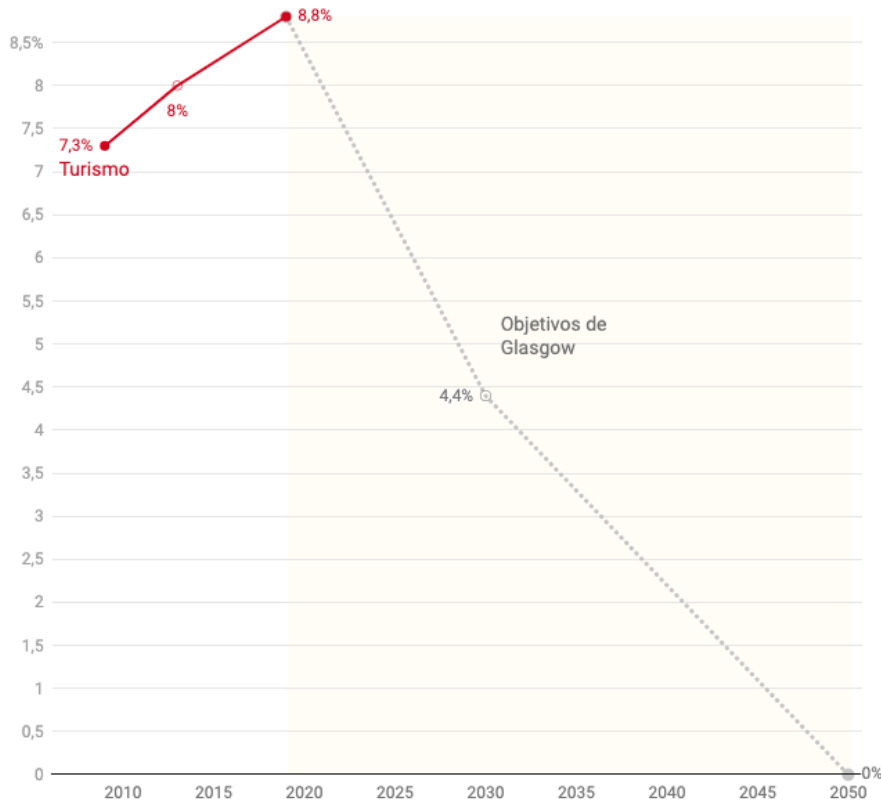
<sup>13</sup> Manfred Lenzen and others, "The carbon footprint of global tourism", Nature Climate Change, vol. 8 (May 2018), pp. 522–528

<sup>14</sup> <https://www.nature.com/articles/s41467-024-54582-7>

**totales de gases de efecto invernadero.** Si se mantiene la misma tasa de crecimiento en los años futuros se espera que las emisiones del turismo se dupliquen cada 20 años.

**FIGURA 1.10. El turismo es responsable del 8,8% de las emisiones de CO2**

Evolución del porcentaje de turismo respecto a las emisiones de CO2 en 2009, 2013 y 2019 y proyección de los objetivos de Glasgow para 2030 y 2050



Fuente: Nature Communications

A partir del análisis de datos de 175 países registrados entre 2009 y 2020, los autores muestran que **el turismo es uno de los principales contribuyentes a las emisiones globales de carbono**, en buena parte porque el aumento de la actividad no se ha visto contrarrestado por las lentas mejoras en la eficiencia tecnológica.

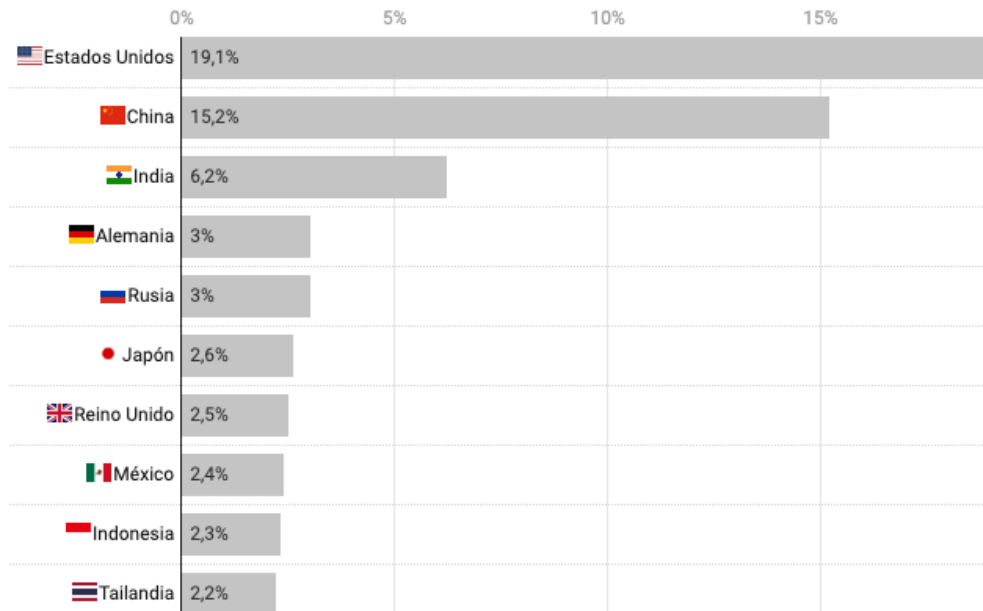
El crecimiento de la población mundial de 6.900 millones a 7.800 millones a lo largo de la década es un factor importante detrás de los cambios en el consumo turístico, según el resultado. A medida que la gente viaja con mayor frecuencia, señala el estudio, se incrementa el uso de vehículos privados de combustión interna por parte de los turistas, la mayoría en viajes nacionales.

El trabajo revela la enorme desigualdad en las contribuciones: los 20 países con mayores emisiones contribuyen con tres cuartas partes de la huella de carbono total y el **crecimiento de los viajes nacionales** en tres de estos países (**Estados Unidos, China e India**) es el que más aporta al aumento absoluto de las emisiones. En este

punto, hemos de destacar que **España, a pesar de ser el segundo país del mundo en llegadas de turistas internacionales, no está entre los 10 países con mayores emisiones de CO2 por turismo.**

**FIGURA 1.11. Los 10 países con mayores emisiones de CO2 por turismo**

Los 10 países con mayores emisiones contribuyen con tres cuartas partes de la huella de carbono por turismo. Datos de emisiones contabilizadas en el país de destino (DBA)



DBA, destination-based accounting, se refiere a aquellas emisiones contabilizadas por un turista en el país de destino. Por ejemplo, en un viaje turístico de un alemán a Sicilia, las emisiones se contabilizan en Italia y no en Alemania

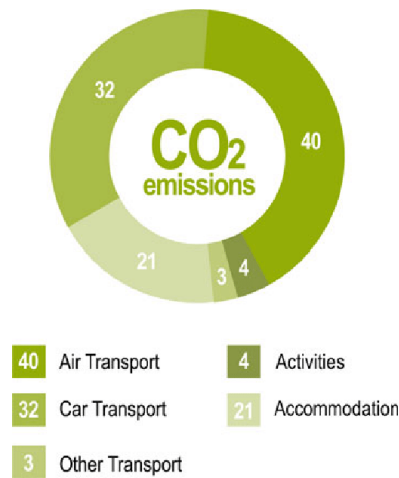
Fuente: Nature Communications

Es decir, la progresiva descarbonización del sector no ha sido capaz de compensar el crecimiento acelerado de la demanda hasta el año 2020. En un escenario sin cambios, el turismo mundial puede causar más emisiones que las acordadas en el Acuerdo de París para todos los sectores y hogares para el período 2060-2070<sup>15</sup>.

Pero como vemos en el gráfico siguiente la contribución de las diferentes actividades que componen el turismo no es homogénea: **el transporte aéreo representa el 40% de las emisiones de CO2 del sector**, el uso del coche el 32% y el subsector del alojamiento el 21%.

<sup>15</sup> P.M. Peeters, "Tourism's impact on climate change and its mitigation challenges: How can tourism become 'climatically sustainable'?", doctoral thesis, Delft University of Technology, 2017

**FIGURA 1.12. Porcentaje de emisiones de CO2 procedentes del turismo**



Fuente: UNWTO and UNEP, *Climate Change and Tourism: responding to global challenges*

El transporte turístico depende casi por completo de los combustibles fósiles y es la principal fuente de emisiones de CO2 del sector. Por lo tanto, **la distancia de los viajes y la elección del modo de transporte son factores clave para circularizar el sector**: si los turistas utilizan medios de transporte más sostenibles, como el tren o el autobús, y recorren distancias más cortas, se podrán evitar emisiones de CO2.

En el último estudio de la ONU Turismo y el Foro Internacional del Transporte (ITF), presentado en diciembre de 2019 durante la COP25 de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, se señala que en 2016 **las emisiones del turismo correspondientes al transporte representaron el 5% del total de las emisiones, y que llegarán al 5,3% en 2030 si se mantiene el escenario actual**. Asimismo, estas organizaciones consideran que **las emisiones de CO2 correspondientes al turismo aumentarán al menos un 25% para 2030**.

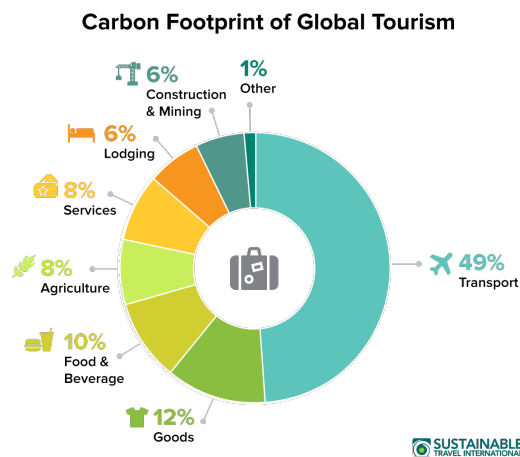
En concreto, la ONU Turismo y el ITF prevén que el número de viajes nacionales e internacionales alcancen la cifra de 15.600 millones y 1.800 millones en 2030, respectivamente. Asimismo, estiman que las llegadas de turistas por medios de transporte de superficie crecerán un 70% entre 2016 y 2030 (casi 5.000 millones de viajes más), pero las emisiones de estos viajes crecerán un 12% (de 691 millones a 775 millones de toneladas de CO2), lo que representa el 44% del total (frente al 50% en 2016). Por el contrario, en 2030 los viajes de turistas por vía aérea (tanto internacionales como nacionales) representarán el 33% del total, pero se estima que producirán el 56% de las emisiones<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> UNWTO and the International Transport Forum (ITF), *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results* (Madrid, 2019).

En este punto, hemos de destacar que, en 2019, según los datos del INE, el 67,5% de los viajes realizados por residentes en España fueron nacionales (173.754.971 viajes). De estos, el 81,22% se desplazaron en vehículo propio, el 5,36% utilizó el avión, el 5,68% el ferrocarril y el 5,48% el autobús. Por su parte, los viajeros internacionales (83.701.011, el 32,5% del total) llegaron a España principalmente por vía aérea (el 82,06%), seguido del barco (el 22,78%), el vehículo propio (el 15,24%) y el ferrocarril (sólo el 4,14%). Es decir, tanto los viajeros residentes en España como los internacionales, utilizan de forma mayoritaria (más del 80%) los medios de transporte que generan más emisiones de CO<sub>2</sub> (el coche y el avión, respectivamente) y, por lo tanto, los menos alineados con los principios circulares.

Asimismo, la organización *Sustainable Travel International* estima que la contribución del conjunto del transporte a la huella de carbono del sector turístico se eleva al 49%, seguida de la compra de bienes (12%), el consumo de alimentos y bebidas (10%) y la agricultura (8%).

**FIGURA 1.13. Huella de carbono del sector turístico**

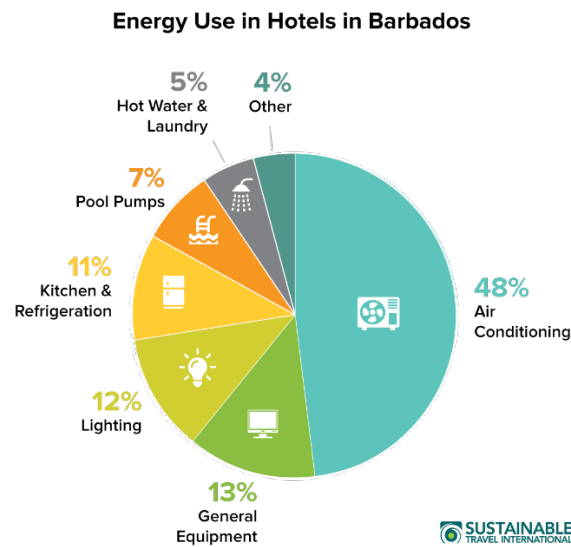


Fuente: *Sustainable Travel International*

**El alojamiento representa el 21% de las emisiones de CO<sub>2</sub> del turismo** y es el principal *consumidor de energía* en el destino, y se observan diferencias sustanciales en el consumo de energía entre los turistas y los residentes, que se elevan en función del nivel del lujo de las instalaciones. En este caso, la cantidad de emisiones causadas por el uso de energía puede reducirse mediante el uso de fuentes de energía renovables y tecnologías de ahorro energético.

En este caso, *Sustainable Travel International* ha realizado un análisis del uso de la energía en el sistema hotelero de Barbados, que se recoge en el gráfico siguiente.

FIGURA 1.14. Uso de energía en el sistema hotelero de Barbados



Fuente: Sustainable Travel International

Como se puede observar en la figura anterior, el aire acondicionado representa el 48% del consumo de energía en los hoteles, seguido del equipamiento general (13%), la iluminación (12%) y las cocinas y la refrigeración (11%).

En general, entre los agentes turísticos crece el consenso en que la futura *resiliencia* del turismo, después de la crisis del covid-19, dependerá de que sea capaz de tomar la senda de las bajas emisiones y recortar sus emisiones de carbono en un 50% de aquí a 2030. En este sentido, se han señalado como iniciativas prioritarias<sup>17</sup>:

- Reforzar la medición y la comunicación de los datos de las emisiones de CO2 del turismo
- Acelerar la descarbonización de las operaciones turísticas
- Comprometer al sector turístico en la eliminación de carbono

## Uso de agua

Existe una clara evidencia de que los turistas utilizan considerablemente más agua de la que consumen en sus hogares y que los residentes en el destino<sup>18</sup>. El uso del agua en el sector turístico está estrechamente vinculado a la producción de energía y

<sup>17</sup> Encuesta Global sobre Acción Climática. One Planet.

<sup>18</sup> Stefan Gössling and others, "Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review", *Tourism Management*, vol. 33, No. 1, pp. 1–15, 2012.

alimentos, y al sector del alojamiento, donde tiene lugar gran parte del consumo de los turistas en el destino<sup>19</sup>.

El uso del agua en el turismo es problemático tanto en destinos vacacionales de sol y playa, debido a que los viajes se realizan en países cálidos durante las estaciones secas, como en destinos de invierno por la producción de nieve artificial.

Para que el uso del agua sea *circular*, la demanda debe tratar de cubrirse con fuentes de agua renovables. Por lo tanto, no deben utilizarse fuentes de agua de origen fósil (aguas subterráneas, hielo). Asimismo, se deben impulsar planes de gestión que tengan en cuenta el reparto del agua entre el sector, la agricultura y los residentes, a través del uso de tecnologías de ahorro del agua. Por otra parte, varias investigaciones han demostrado que las campañas de sensibilización a los turistas sobre la huella de consumo de agua tienen un impacto positivo en la reducción del consumo<sup>20</sup>.

## Residuos

En la generación de residuos, el turismo juega un papel relevante, no sólo por la gran cantidad de viajes a nivel global, sino también por el mayor volumen de residuos *per cápita* de los turistas en comparación con la población residente. Un turista genera dos veces más basura que un residente<sup>21</sup>, lo que provoca que, según la Agencia Europea de Medio Ambiente (EEA, 2010), **el turismo sea responsable del 6,8% de los residuos producidos en Europa.**

En 2011, **el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) estimó que el turismo internacional era responsable del 14% del total de los residuos sólidos urbanos del mundo.** Los plásticos representan la mayor parte de los residuos (60-95%) que se encuentran en los mares de todo el mundo y es el principal tipo de residuo que se encuentra en las playas y sedimentos marinos. En este sentido, el PNUMA advierte que los más de 200 millones de turistas que visitan el Mediterráneo provocan un aumento del 40% de los residuos marinos durante el verano. Los plásticos representan el 95% de los residuos en mar abierto, en los fondos marinos y en las playas de todo el Mediterráneo. Los países que más plásticos vierten al Mediterráneo son Turquía (144 toneladas/día), **España (126)**, Italia (90), Egipto (77) y Francia (66). Las botellas de plástico para bebidas suponen el 25% de la basura en el Mediterráneo.

---

<sup>19</sup> Stefan Gössling, "New performance indicators for water management in tourism", *Tourism Management*, vol. 46 (February 2015), pp. 233–244

<sup>20</sup> Lluís Garay, Xavier Font and August Corrons, "Sustainability-oriented innovation in tourism: An analysis based on the decomposed theory of planned behaviour", *Journal of Travel Research*, vol. 58, No. 4 (April 2018), pp. 622–636.

<sup>21</sup> Un Yacimiento en la Basura. *Ecologistas en Acción y Amigos de la Tierra* (2013)

Por otra parte, algunos estudios señalan que **los residuos alimentarios pueden representar más del 50% de los desechos del sector hostelero** (Pirani y Arafat, 2014).

Como señala Robaina (2020), **muchos de estos residuos serían evitables con una adecuada gestión**. Por ejemplo, en relación a los desperdicios alimentarios de la industria turística, algunos estudios estiman que más del 60% son evitables. **Lograr reducir la generación de residuos en las actividades turísticas, mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización es uno de los aspectos recogidos en la *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20*** (Vitoria, 2015) que, en definitiva, vincula los impactos del sector relacionados con la entrada y la salida de recursos en el sistema, y enlaza con el concepto de economía circular, entendida en general como un modelo de producción y consumo basado en la reconversión de residuos en recursos, lo que permitiría la reducción en ambos, al afirmar que ***el turismo debe proporcionar soluciones innovadoras para ser más eficiente en el manejo de los recursos en el contexto de una economía circular, evitando la generación de residuos, aumentando la eficiencia y reduciendo el consumo y la contaminación, yendo más allá de los límites de nuestra empresa y sector, considerando las oportunidades que brinda el entorno y buscando nuevas oportunidades de negocio más dinámicos.***

En este punto, hemos de destacar que **el sector turístico forma parte del problema de la contaminación por residuos, pero también sufre su impacto**. El turismo, como ningún otro sector, depende de los paisajes y de la calidad del medio ambiente. Numerosas encuestas a turistas confirman que la basura incontrolada está considerada como uno de los mayores problemas ambientales. Por ejemplo, más del 70% de los clientes del turoperador alemán TUI en 2011 consideraron que la contaminación, especialmente debida a la basura, es el aspecto ambiental más importante.

A pesar de todas las alertas, **los modelos adelantan que el uso de recursos de energía y emisiones, agua, tierra y alimentos se duplicará en un plazo de 25 a 45 años**<sup>22</sup>. Esto contribuirá a un estrés inasumible en los destinos turísticos<sup>23</sup> y entra en conflicto con los compromisos asumidos en el Acuerdo de París o los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Muchas de estas tensiones ya tienen, o tendrán, repercusiones en el propio sector, como los fenómenos asociados al cambio climático, que pueden deteriorar el atractivo de algunos destinos, la creciente escasez de agua o de nieve o fenómenos meteorológicos extremos.

---

<sup>22</sup> Stefan Gössling and Paul Peeters, "Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050", *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 23, No. 5 (March 2015), pp. 639–659;

<sup>23</sup> Steffen and others, "Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet"

## Preocupación por la biodiversidad

Asimismo, según una encuesta de Economist Intelligence Unit, **más del 90% de la población mundial está preocupada por la pérdida de especies animales y vegetales.**

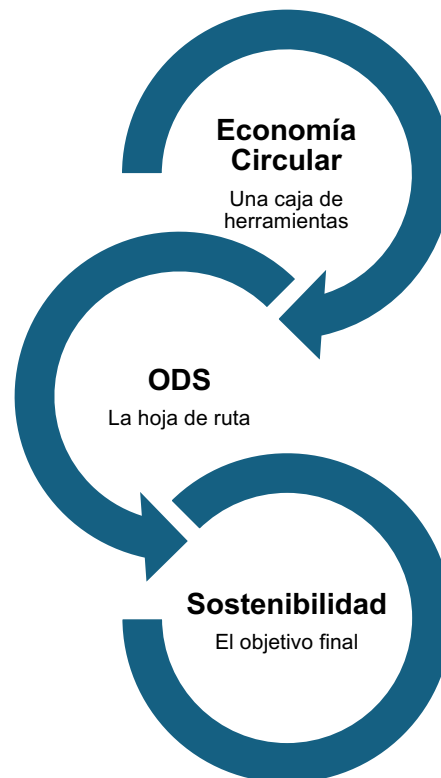
## 2. LA TRANSICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

### 2.1. El estado del arte de la transición del sector turístico hacia una economía circular

La transición del turismo hacia un modelo de economía circular permitirá conseguir la *circULARIDAD* de los recursos, la reducción de los residuos, la mejora de la eficiencia de las empresas y de la calidad ambiental, y el desarrollo sostenible del sector turístico, contribuyendo además a la lucha contra el cambio climático.

De hecho, podemos considerar **la economía circular como un requisito previo necesario para el desarrollo sostenible del turismo**. La economía circular ofrece una **caja de herramientas esencial para aplicar, medir, ajustar y ofrecer modelos de producción y consumo sostenibles y, al mismo tiempo, impulsar la innovación y la competitividad del sector**.

FIGURA 2.1. Relación entre Economía Circular y Sostenibilidad



Fuente: elaboración propia

Asimismo, esta transición hacia una economía circular es **uno de los grandes vectores de innovación y cambio del presente siglo**, en el que el sector turístico tiene que jugar un papel clave.

La economía circular surge en el turismo como un modelo fundamental para mantener la competitividad y la sostenibilidad de los destinos y las empresas turísticas, gracias a la aplicación de una gestión eficiente de los recursos y a la aparición de nuevos productos y servicios. No obstante, hemos de destacar que **el desarrollo de este modelo necesita de un enfoque (y cambio) sistémico en el sector turístico**. La economía circular requiere la implementación de **patrones radicalmente nuevos de producción y consumo para ayudar a la sociedad a alcanzar una mayor sostenibilidad, bienestar y calidad de vida a un coste ambiental bajo o nulo**.

De hecho, la *circularidad* se considera como uno de los cambios globales que marcarán los procesos económicos en los próximos años, también en el turismo. Sin embargo, debemos reconocer que **la adopción de la economía circular en el sector turístico es todavía muy limitada**.

En este punto, hemos de señalar **por qué la circularidad es importante en el sector turístico**<sup>24</sup>:

En **primer lugar, los intereses y prioridades de los turistas han cambiado**. Las prioridades y el comportamiento de los consumidores influyen significativamente en el éxito de un destino o una empresa. Así, en un contexto de **creciente concienciación de la sociedad por la sostenibilidad**, es crucial que los destinos y la oferta turística se adapten a las crecientes exigencias ambientales.

Según el Eurobarómetro Especial 501 (2020)<sup>25</sup>, el 94% de los ciudadanos de la UE afirman que proteger el medio ambiente es importante para ellos, y más del 30% (36% en el conjunto de la UE y 33% en España) afirman que la forma más efectiva de abordar los problemas ambientales es cambiando la manera de consumir, priorizando productos y servicios más sostenibles.

Asimismo, **la inmensa mayoría de los europeos (93%) cree que el cambio climático es un grave problema para el mundo**, según el Eurobarómetro especial 538 realizado en 2023<sup>26</sup>. Casi nueve de cada diez ciudadanos de la UE (el 88 %) **creen que deberían reducirse al mínimo las emisiones de gases de efecto invernadero** y compensarse las emisiones restantes, de modo que la UE sea climáticamente neutra de aquí a 2050.

---

<sup>24</sup> SEGITTUR (2022). Manual para la transición de un destino turístico hacia una economía circular.

<sup>25</sup> [https://data.europa.eu/data/datasets/s2257\\_92\\_4\\_501\\_eng?locale=es](https://data.europa.eu/data/datasets/s2257_92_4_501_eng?locale=es)

<sup>26</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip\\_23\\_3934](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_23_3934)

Cerca de nueve de cada diez europeos (el 87 %) considera **importante que la UE establezca objetivos ambiciosos para aumentar el uso de energías renovables**, y un número similar (el 85 %) cree que es **importante que la UE tome medidas para mejorar la eficiencia energética**, por ejemplo, animando a las personas a aislar sus hogares, a instalar paneles solares o a adquirir coches eléctricos. Siete de cada diez encuestados (el 70 %) creen que **disminuir las importaciones de combustibles fósiles puede mejorar la seguridad energética** y beneficiar a la UE desde el punto de vista económico. **La mayoría de los ciudadanos de la UE ya está tomando medidas en materia de clima en su ámbito personal** (el 93 %) y optando conscientemente por la sostenibilidad en su vida cotidiana. Por término medio, **más de un tercio de los europeos se sienten personalmente expuestos a riesgos y amenazas relacionados con el clima y el medio ambiente**, y en siete Estados miembros, principalmente en el sur de Europa, pero también en Polonia y Hungría, son más de la mitad los que se sienten así. **El 84 % de los europeos está de acuerdo en que abordar el cambio climático y las cuestiones medioambientales debe ser una prioridad para mejorar la salud pública**, mientras que el 63 % de los encuestados coincide en que la preparación frente a los efectos del cambio climático puede tener resultados positivos para los ciudadanos de la UE.

Por su parte, el Flash Eurobarometer 499 (2021)<sup>27</sup> sobre las actitudes hacia el turismo de los ciudadanos de la UE **refleja que la gran mayoría de los ciudadanos (82%) están dispuestos a cambiar algunos de sus hábitos para fomentar un modelo de turismo más sostenible**. Por ejemplo, consumiendo productos de origen local (55%), optando por medios de transporte más sostenibles (36%), pagando más para proteger el medio natural (35%) o para beneficiar a la comunidad local (33%). Aun así, el factor precio sigue siendo uno de los más relevantes e influyentes en la selección de destinos turísticos (43%), por tanto, es clave evitar que el turismo sostenible sea solamente accesible para unos pocos.

Asimismo, en el contexto actual, la afinidad con los valores y prácticas de las empresas turísticas no es solo relevante para el consumidor o turista, sino también para los profesionales del turismo que cada vez más buscan aportar a la transformación del sector en clave de sostenibilidad y circularidad.

Por ello, es relevante aprovechar este momento de creciente sensibilización y concienciación para impulsar acciones e iniciativas de sostenibilidad y circularidad en el sector del turismo.

**En segundo lugar, la economía circular es una oportunidad para ganar en eficiencia, optimizar los recursos utilizados y ahorrar en costes.** Reducir el

---

<sup>27</sup> [https://data.europa.eu/data/datasets/s2283\\_499\\_eng?locale=en](https://data.europa.eu/data/datasets/s2283_499_eng?locale=en)

consumo de materias primas, de envasado o empaquetado, de necesidades logísticas, o del uso de agua o energía, permite indudablemente hablar de ecoeficiencia y, por consiguiente, de ahorro de costes. En un contexto de crisis como el actual, **aquellos destinos y empresas que sean capaces de ofrecer sus servicios con una menor dependencia de recursos serán menos vulnerables a los aumentos de precios de las materias primas y recursos**, a los aumentos de costes de suministros y a la fragilidad de las cadenas de suministro. En este sentido, la circularidad permite que las empresas del sector puedan avanzar hacia el diseño de una oferta de servicios turísticos que generen valor con el menor uso de recursos.

En tercer lugar, **la capacidad de innovar y adaptarse determina la competitividad de los destinos y las empresas del sector turístico**. La competitividad de las organizaciones se determina cada vez más por su capacidad de innovar y adaptarse, especialmente en escenarios de cambios importantes. Y no es solamente cuestión de cumplir los requisitos de la legislación, sino también de **anticiparse a futuras normas y regulaciones** en este ámbito.

En los últimos años, como hemos analizado en el capítulo de *Los marcos de referencia para la transición del turismo hacia una economía circular*, se han creado y modificado numerosas directivas y legislaciones para aumentar el nivel de ambición de estas en relación con la sostenibilidad y la circularidad. Dichas normativas y reglamentos, a pesar de no estar diseñadas exclusivamente para el sector turístico, tienen un impacto fundamental en el mismo y determinarán el desarrollo del sector a futuro, por lo que resulta indispensable adaptarse y anticiparse a su implementación.

Estas nuevas normativas tienen un impacto significativo en el sector turístico. Para cumplirla e ir más allá de su cumplimiento, es necesario planificar e innovar. En vista de los cambios legislativos para favorecer la circularidad, es clave que las administraciones y las empresas se anticipen a estos para su supervivencia y éxito.

Y, en cuarto lugar, **la apuesta por la circularidad puede facilitar la atracción o el acceso a recursos financieros públicos y privados**. Los cambios normativos están modificando también la tipología de recursos financieros disponibles. En España, en los últimos años han surgido nuevos instrumentos para canalizar las inversiones de los Fondos Next Generation en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Son varios los casos que ya contemplan el apoyo al sector turístico para facilitar que las empresas, centros de investigación y agentes del sector público pueden pedir ayudas que impulsen actuaciones sectoriales y transversales relacionadas con el impulso del ecodiseño, la reutilización, la gestión de residuos o la digitalización para facilitar la innovación.

Asimismo, muchas regiones cuentan con **líneas de financiación para impulsar la economía circular** en su territorio. Algunos ejemplos a destacar incluyen: el apoyo financiero a entidades locales, agrupaciones de municipios, organismos autónomos, entidades públicas empresariales locales y sociedades mercantiles locales que favorezcan la mejora de la calidad ambiental de los destinos a través de inversiones financiadas por el Fondo del Estado para la Competitividad Turística (contemplado en el I Plan de Acción de Economía Circular 2021-2023); los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino en sus modalidades ordinaria (actuaciones coordinadas y financiadas desde los tres niveles de administración: local, provincial y nacional) y extraordinaria (con fondos europeos Next Generation); y medidas propias de cada comunidad autónoma en materia de eficiencia energética, movilidad sostenible, gestión eficiente del agua, entre otros.

## 2.2. Beneficios de la transición del turismo hacia una economía circular

Rodríguez Robaina et al. (2020) recuerdan que **los incentivos para adoptar cualquier medida de gestión medioambiental bajo un enfoque de economía circular dependen fundamentalmente de los beneficios que pueden obtenerse por adoptar este tipo de medidas**. En general, estos beneficios son de tres tipos (Fuller, 1999):

- **Beneficios para la empresa en forma de ahorros de costes**. Por ejemplo, la aplicación de medidas de ahorro energético y de agua o las cadenas de suministros locales pueden suponer un ahorro económico relevante para las empresas turísticas. En este punto, compañías internacionales como el grupo Hilton y el Grupo Hotel Intercontinental (IHG) han desarrollado innovaciones en todos sus departamentos con el objetivo de reducir los impactos medioambientales que les han permitido obtener beneficios por la reducción en un 20% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, el consumo de energía y la generación de residuos, así como un 10% en el consumo de agua.
- En segundo lugar, la empresa puede obtener un **beneficio reputacional** ya que una mejor imagen cara a los clientes puede redundar en mayores ingresos, al preferir éstos aquellos negocios más “verdes”. De hecho, tanto **Google como Booking han incorporado en sus plataformas el reconocimiento a los alojamientos sostenibles**.
- Finalmente, existen beneficios que van más allá del ámbito de la empresa turística, ya que estas medidas permiten mejorar la calidad del medio ambiente, lo que puede redundar en una mejora del **beneficio social**, además de una mejor experiencia de los clientes.

Para Rodríguez Robaina et al. (2020), el interés del sector público parece más centrado en los beneficios sociales derivados de la mejora de la calidad medioambiental más que

en el beneficio privado. Por lo tanto, **los Ayuntamientos**, como la Administración más cercana a los ciudadanos, **serán decisivos para el éxito de las políticas de impulso de la economía circular**.

Desde una perspectiva estrictamente empresarial, para Rodríguez Robaina et al (2020) parece claro que **el incentivo para que las empresas adopten medidas de gestión medioambiental recaerá íntegramente en los beneficios privados anteriormente citados**, a diferencia del sector público, interesado como hemos visto en el beneficio social. **Una evidencia de que las empresas solamente tendrán incentivos a adoptar medidas en la línea de la economía circular, si estas medidas tienen reflejo en su cuenta de resultados, radica en que no todos los establecimientos cumplen con el reciclaje de todos sus residuos**. Los establecimientos hoteleros y extra-hoteleros están considerados como productores de residuos industriales por la actual Ley de Residuos y suelos contaminados (Ley 22/2011 de 28 de julio) y, por tanto, están obligados a gestionar los residuos de forma separada y a tratarlos a través de un gestor autorizado. Sin embargo, como señala Robaina (2020) aunque esta es una práctica habitual en las cadenas hoteleras de 4 y 5 estrellas, está mucho menos extendida en hoteles de menor categoría y alojamientos extra-hoteleros (apartamentos, campings, turismo rural y albergues) que, en su conjunto, representan más de la mitad de las pernoctaciones (un 57.8% en 2019 según las cifras del INE, y sin tener en cuenta una buena parte de las Viviendas de Uso Turístico que se comercializan en las plataformas digitales).

### **Reputación y normalización de la Economía Circular**

En cuanto a los **beneficios reputacionales derivados de la imagen “verde”**, es **esencial que el usuario sea capaz de percibir los esfuerzos realizados por el establecimiento**. En este sentido, son de vital importancia las Certificaciones de Gestión Ambiental y las Eco-etiquetas para establecimientos turísticos.

Entre ellos destacan, el Sistema de Gestión Ambiental según la norma **ISO 14001** (sistemas de gestión ambiental), en el destaca el reglamento europeo **EMAS**; la familia de normas **ISO 14020**, en la que se incluyen etiquetas ambientales como **Ecolabel**; o la norma **ISO 20121** (sistemas de gestión de la sostenibilidad de eventos). En esta categoría, podemos señalar también el **Sello Calculo, Compenso y Reduzco** del Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico.

Asimismo, **el sector turístico dispone de reconocimientos de carácter privado** como son: **Eco Líderes de Tripadvisor**; la marca **Q Verde**, desarrollada por el Instituto para la Calidad Turística Española y la Fundación Biodiversidad; la certificación **Biosphere Responsible Tourism** del Instituto de Turismo Responsable (ITR); la ecoetiqueta

**GreenGlobe** para empresas y destinos, del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC); el programa internacional de certificación **Green Key** de la Foundation for Environmental Education (FEE); o la certificación **B Corp**.

En el ámbito de la **gastronomía** podemos señalar los reconocimientos de **slow food**, la **estrella verde** de la guía Michelin o el certificado **cocina eficiente y sostenible de la guía Repsol**, elaborada en colaboración con Aenor.

Asimismo, en el ámbito del **enoturismo** tenemos que destacar iniciativas como la Certificación **International Wineries for Climate Action (IWCA)** para la descarbonización del sector vinícola, la Certificación Internacional **Sustainable Wineries for Climate Protection (SWFCP)**, que desde 2023 también considera aspectos económicos, sociales y de gobernanza, o la Certificación Internacional **Regenerative Viticulture Alliance (RVA)**.

En este punto, hemos de señalar que el Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico se propone transformar el actual Sistema de Calidad Turística Española en Destino (SICTED) hacia un Sistema de Sostenibilidad Turística Integral, recién denominado como **EGERIA**.

Un argumento a favor de la puesta en marcha de estos sistemas de gestión medioambiental se centra en el posible valor que los clientes conceden a estas certificaciones, bajo el supuesto de que la mayor preocupación medioambiental de los mismos lleva a los clientes a preferir alojamientos que se presentan con un sello de sostenibilidad. Sin embargo, la excesiva proliferación de certificaciones puede confundir al consumidor, que acaba ignorando estas “etiquetas verdes” (Font, 2002). Bruns-Smith et al. (2015) en un estudio en EE.UU. que abarcaba 100 resorts y 120.000 clientes encontró una relación muy débil entre la puesta en marcha de programas de mejora ambiental y aumentos en la satisfacción de los clientes. Puede pues concluirse que **la adopción de sistemas de certificación como los mencionados no necesariamente se traduce en mejoras reputacionales que reporten beneficios empresariales, por lo que la decisión sobre qué programas implementar debería basarse en un análisis coste- beneficio individualizado de cada uno de ellos.**

Parece claro, por tanto, que para que las empresas tengan mayores incentivos a aplicar medidas de gestión ambiental, éstas deberán repercutir positivamente sobre sus resultados. En este sentido, las medidas de ahorro de recursos (ahorro energético, reducción del consumo de agua, etc.) parecen aportar beneficios claros. Sin embargo, las medidas de reducción de residuos o de reciclaje por agentes externos no provee un incentivo directo demasiado alto, ya que la empresa corre con los gastos de dicha gestión, mientras que los beneficios se trasladan fuera de la misma (en forma de

beneficio social por mejoras del medioambiente o beneficios para las empresas de tratamiento de residuos). En este sentido, Rodríguez Robaina et al. (2020) defiende que **la economía circular dentro de la propia empresa permitiría a los establecimientos de alojamiento apropiarse el beneficio de dichas medidas al generar beneficios siempre que los residuos sean reconvertidos en recursos aprovechables directamente por los mismos.**

En definitiva, la aplicación de los principios de la economía circular al sector turístico puede aportar importantes **beneficios tanto para el destino como para las empresas** (Scheel y Aguiñaga, 2016) entre los que figuran:

- Aumento en las tasas de reciclaje y recuperación de recursos no renovables.
- Reducción en la extracción de recursos naturales y materias primas vírgenes.
- Recuperación del medio ambiente mediante la restauración y el diseño.
- Disminución de emisiones y basuras.
- Mayor interacción del cliente con la empresa (mayor responsabilidad social de la empresa).
- Reinserción de materiales y recursos valiosos a la cadena productiva.
- Reducción de costes (menos materia prima y menos desperdicios).
- Mejor reputación y valor financiero.
- Eliminación de costes relacionados con el tratamiento de residuos y basuras.
- Mayor productividad derivada de la eficiencia en el uso de materiales.

### **2.3. Modelos de negocios y medidas circulares en el sector turístico**

**La crisis del covid-19 hizo evidente la obsolescencia de los modelos tradicionales de gestión de empresas y destinos turísticos**, y cómo la integración virtuosa de tecnologías digitales y enfoques sostenibles se ha revelado como fundamental para resolverla (A. Vargas, 2021). Por lo tanto, se trata de innovar en los modelos de negocio mediante la integración de economía circular y turismo inteligente. En otras palabras, los avances en materia de destinos turísticos inteligentes pueden ayudar significativamente, a través de la innovación en la gestión turística, en la transición de los modelos de negocio hacia una configuración circular.

**Los modelos de negocio circulares serán cada vez más frecuentes**, tanto por el aumento de consumidores sensibles a los impactos ambientales como por los ahorros en costes para las empresas. No obstante, Martínez Cabrera y López del Pino (2021) alertan sobre una serie de desafíos, como el mayor riesgo financiero de los modelos de negocio circulares frente a los lineales, el limitado conocimiento que todavía existe acerca de aquellos en el campo del turismo, así como la resistencia al cambio y el conflicto con la cultura organizacional existente. Además, Sørensen y Bærenholdt

(2020) ponen de manifiesto la importancia (y dificultad) de promover entre los turistas, prácticas coherentes con el concepto de circularidad, subrayando así la dimensión social de su implementación. Lacy y Rutqvist (2016) identifican los siguientes **modelos circulares en el sector turístico**:

- Los **suministros circulares** (uso de energías renovables, biomasa o materiales reciclables en lugar de recursos perecederos).
- La **recuperación de recursos** (obtención de energía y recursos útiles a partir de residuos o productos de desecho).
- La **prolongación de la vida útil** (ampliación del ciclo de vida de productos y componentes mediante reparación, actualización y reventa).
- El **uso compartido a través plataformas** (aumento del nivel de uso de productos compartiendo su empleo/acceso/propiiedad).
- El **producto como servicio** (dando acceso a productos, cuya propiedad se conserva, a cambio de un pago por el uso de estos; también se conoce como *servitización* de productos).

***A partir de estos modelos circulares, ¿cómo aplicamos la Economía Circular en las empresas turísticas?***

Luisa Abreu (2020) identifica las **once medidas más relevantes** para poner en marchas dichas soluciones:

- **Reducir el uso de energía y recursos no renovables.**
- Autoproducción de **energía proveniente de fuentes renovables**, como la solar y la eólica.
- **Flota de servicio eléctrica.**
- Elegir **productos de consumo reciclados y/o reciclables** (p.e, las sábanas en mal estado pueden reciclarse para crear alfombras, trapos o aislamiento en materiales de construcción).
- Suministro de **productos alimenticios locales y de temporada**, minimizando o eliminando las necesidades de transporte.
- Optar por **alimentos de producción biológica**, envasados y/o embalados de forma sostenible (ecodiseño y biomateriales).
- **Minimizar la generación de residuos en las instalaciones turísticas**, fomentando la prevención, la reparación, la reutilización y el reciclaje, en la propia actividad o en otras industrias.
- Implementar acciones para alcanzar el **cero residuos plásticos.**
- **Reducir o eliminar el uso y desecho de materiales peligrosos.**
- **Gestión optimizada del recurso agua:** ahorro, tratamiento y reutilización.
- Proyectos de **edificación o restauración de edificios e infraestructuras turísticas**, que permitan la reutilización y reciclaje de materiales, el ahorro de

energía, a través de la automatización de su sistema de gestión y optimización del uso, como es el caso de la **construcción pasiva y/o de la bioconstrucción**.

Asimismo, en el caso concreto de los **servicios de alojamiento y restauración**, subsectores claves como hemos visto en los procesos de circularidad en un destino, y en particular en el enoturismo, Maniche (2017) propone algunos ejemplos de estas acciones concretas.

### *Alojamiento*

- Implementar sistemas monitorizados para el uso de agua y energía, sistemas de tratamiento de residuos, así como, sistemas de gestión del personal sobre el uso de *amenities* y tratamiento de residuos.
- Implementar fuentes de energía circulares y renovables.
- Invertir en sistemas de reutilización de aguas grises.
- Extender la vida del mobiliario, accesorios y equipos mediante la refabricación.
- Remodelar los edificios de los alojamientos turísticos haciendo uso de las tecnologías circulares existentes.
- Expandir la gestión de la cadena de suministro para acceder a todos los materiales que se utilizan en el establecimiento, desde los muebles hasta los jabones.
- Desarrollar sistemas de evaluación destinado a las prácticas del personal y huéspedes.
- Elaborar sistemas en cascada para el diseño, uso y tratamiento de todos los productos utilizados en las operaciones del día a día.

### *Restaurantes*

- Compartir el exceso de comida en plataformas de intercambio.
- Elaborar *sistemas en cascada*<sup>28</sup> para que los recursos alimentarios vuelvan a la producción de alimentos agrícolas.
- Establecer sistemas locales de abastecimiento de alimentos.
- Reducir y prevenir el desperdicio alimentario mejorando la planificación de los menús y adaptándolos a los productos de temporada.
- Reciclar el exceso de comida para la alimentación animal y el compostaje.
- Sistemas en cascada para convertir los recursos alimentarios en biocombustibles.
- Invertir en tecnologías de seguimiento de la comida y en productos con envases circulares.
- Desarrollar modelos de negocio basados en la financiación por *leasing*.

---

<sup>28</sup> Fundación Ellen Mc Arthur. Diagrama Sistémico.

## 2.4. Principales iniciativas del sector público relacionadas con la aplicación de la economía circular en el sector turístico

La economía circular se ha abierto paso en los últimos años en la agenda de trabajo de una buena parte de las instituciones públicas y privadas del turismo, y en iniciativas particulares de empresas del sector.

A continuación, repasaremos las principales iniciativas de **instituciones públicas internacionales de turismo**.

En primer lugar, hemos de destacar las propuestas que impulsa la **ONU Turismo**<sup>29</sup>, el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos:

- La **Declaración de Glasgow. Un compromiso con una década de acción climática en el turismo**. La Declaración de Glasgow expresa la necesidad urgente de un plan coherente a nivel mundial para la acción climática en el turismo. Los firmantes se comprometen a medir, descarbonizar, regenerar y desbloquear la financiación para este proceso. Además, cada firmante se ha comprometido a entregar un plan de acción climático concreto, o un plan actualizado, dentro de los 12 meses posteriores a la firma. Más de 300 partes interesadas en el turismo han suscrito ya la Declaración, incluidos los principales actores de la industria en destinos, países y otras partes interesadas en el turismo, desde grandes hasta pequeñas empresas.
- La iniciativa **One Planet**. El Programa de Turismo Sostenible de One Planet, impulsado inicialmente por la **ONU Turismo y los Gobiernos de España y Francia**, responde a la visión de One Planet para una recuperación responsable del turismo. Este programa aspira a acelerar la producción y el consumo sostenibles en las políticas y prácticas turísticas para abordar los retos de la contaminación, la pérdida de biodiversidad y el cambio climático. Por lo tanto, presta apoyo para la transición a una economía circular como vía hacia el desarrollo sostenible del turismo. Asimismo, establece la agenda para que el sector turístico pueda avanzar hacia la consecución del ODS 12, así como en relación con objetivos afines tales como el ODS 13 sobre acción por el clima, el ODS 14 sobre protección de ecosistemas marinos y el ODS 15 sobre protección de ecosistemas terrestres.

El Programa opera como una alianza entre múltiples agentes que promueve el intercambio de conocimientos y la creación de redes para definir las prioridades colectivas e identificar soluciones. La estrategia se articula en torno a tres áreas

---

<sup>29</sup> <https://www.unwto.org/es>

principales de intervención: construir una economía circular para los plásticos en el turismo, integrar la producción y el consumo sostenibles en las cadenas de valor de los productos alimentarios del turismo y acelerar la acción por el clima en el turismo. En el Programa de Turismo Sostenible de One Planet participan en la actualidad más de 150 organizaciones de todo el mundo.

- **La Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos** reúne al sector turístico en torno a una visión común para abordar las causas que están en la raíz de la contaminación por plásticos. La iniciativa permite que empresas, gobiernos y otros agentes turísticos lideren con su ejemplo la transformación hacia una economía circular de los plásticos. La ONU Turismo y el PNUMA están liderando la ejecución de la Iniciativa en colaboración con la Fundación Ellen MacArthur y con el apoyo de un grupo consultivo. La iniciativa se ha desarrollado en el marco del Programa de Turismo Sostenible de One Planet. En concreto, se pide a las organizaciones turísticas que adopten una serie de compromisos concretos y asumibles para 2025:
  - Eliminar envoltorios y artículos de plástico problemáticos o innecesarios
  - Tomar medidas para pasar de modelos de un solo uso a modelos de reutilización o alternativas reutilizables
  - Comprometer a la cadena de valor para que consiga que el 100% de los envoltorios de plástico pasen a ser reutilizables, reciclables o compostables
  - Tomar medidas para incrementar la cantidad de contenido reciclado de todos los envoltorios y artículos de plástico utilizados
  - Colaborar e invertir para incrementar los índices de reciclaje y compostaje para los plásticos
  - Informar públicamente todos los años sobre los progresos realizados para alcanzar estos objetivos.
  
- **La Hoja de ruta mundial para la reducción del desperdicio de alimentos en el sector turístico** es un nuevo marco que tiene por objeto promover la adopción de estrategias por las partes interesadas del turismo, a fin de aumentar la contribución del sector a sistemas alimentarios sostenibles. La Hoja de ruta apoya la aplicación del ODS 12.3 y pretende sensibilizar a las partes interesadas del turismo acerca de las oportunidades derivadas de una gestión más circular y sostenible de los alimentos, poniendo particular énfasis en la reducción del desperdicio de alimentos como una estrategia ambientalmente responsable y eficaz en función de los costos.
  
- **La Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de ONU Turismo (INSTO)** es una red de observatorios turísticos que hace el seguimiento del impacto económico, ambiental y social del turismo a nivel de destino.

- **Hotel Energy Solutions (HES):** Esta iniciativa proporciona herramientas para que las empresas hoteleras y dedicadas al alojamiento turístico puedan medir, evaluar y reducir su consumo energético y su huella de carbono.
- **Nearly Zero Energy Hotels (neZEH):** Esta iniciativa europea ayuda a renovar hoteles para transformarlos en edificios de consumo casi cero a través de consultoría técnica y actividades de formación y capacitación.

En segundo lugar, en el ámbito internacional, hemos de señalar las iniciativas de la **UNESCO**<sup>30</sup>, también una agencia de Naciones Unidas, relacionadas con el turismo y el desarrollo sostenible:

- El **Programa de Patrimonio Mundial y Turismo Sostenible de la UNESCO** representa un nuevo enfoque basado en el diálogo y la cooperación entre los diferentes grupos de interés, en el que la planificación de la gestión del turismo y del patrimonio se integra a nivel de destino, los bienes culturales y naturales se valoran y protegen, y se desarrolla un turismo equilibrado. Este Programa impulsa un marco internacional para la cooperación y la coordinación entre los diferentes sectores que participan en el turismo con el fin de salvaguardar el patrimonio y lograr un desarrollo económico sostenible.
- El proyecto **Compromiso de viaje sostenible de la UNESCO**. Se trata de una iniciativa de la UNESCO con la empresa Expedia (una de las principales OTAs globales) para promover las prácticas responsables, la resiliencia de la comunidad y la conservación del patrimonio, con el objetivo final de cambiar la naturaleza y el impacto del turismo mundial. Desde su creación en 2019, el Compromiso de la UNESCO se ha ampliado a más de 9.000 propiedades en todo el mundo, comprometiéndose a tomar medidas concretas, transparentes y alcanzables. A través de este acuerdo, los hoteles participantes pretenden reducir y eliminar los residuos y plásticos de un solo uso, mejorar la conservación de la energía y el agua, y promover el compromiso comunitario sostenible.

En el marco de la **Unión Europea** se han impulsado asimismo varios proyectos relacionados con la sostenibilidad en el sector turístico, entre los que podemos destacar la **Carta Europea en Espacios Naturales Protegidos (CETS)**<sup>31</sup>. Se trata de una iniciativa de la Federación EUROPARC que tiene como objetivo global promover el desarrollo del turismo en clave de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa. La CETS es un método y un compromiso voluntario para aplicar los principios de turismo sostenible, orientando a los gestores de los espacios naturales protegidos y a las empresas para definir sus estrategias de forma participada.

---

<sup>30</sup> <https://www.unesco.org/es>

<sup>31</sup> <https://redeuroparc.org/carta-europea-turismo-sostenible/>

La **Comisión Europea**<sup>32</sup> publica regularmente informes sobre turismo y sostenibilidad como *Transition Pathway for Tourism (2022)*. Asimismo, la **European Travel Commission**<sup>33</sup> ha realizado dos publicaciones como *Sustainable Tourism Implementation: A framework and toolkit to support national approaches (2021)* y *Encouraging Sustainable Tourism Practices (2021)*.

En el ámbito de **España**, hemos de destacar en primer lugar los proyectos impulsados por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR):

– **Incorporación de criterios de economía circular en la planificación del turismo**

El MINCOTUR, a través del eje 2 de las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, impulsará la evolución de la actividad turística hacia la economía circular, la protección del medio ambiente y la utilización de energías limpias en la futura Estrategia de Turismo Sostenible 2030.

Para ello, se quiere avanzar en reforzar productos culturales y el ecoturismo e incorporar requisitos de sostenibilidad a los clubes de producto; en mejorar el equilibrio socioterritorial a través de la transformación de destinos turísticos maduros; en profundizar en el conocimiento turístico para la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo; en un modelo de excelencia en la calidad turística, en el programa de desarrollo sostenible e inteligente de los destinos; en los destinos Turísticos Inteligentes y en la mejora de la sostenibilidad del sector del alojamiento.

– **Reconversión de destinos turísticos con criterios de circularidad**

El objetivo de este proyecto es generar un efecto demostrativo a través de proyectos de alto impacto de reconversión o modernización integral de destinos maduros con proyección internacional, desarrollados y cofinanciados por las administraciones públicas competentes y el sector empresarial, con el propósito de lograr la implantación de un modelo turístico de futuro. En este marco, se impulsarán medidas singulares para el despliegue de la economía circular en el sector, siendo fundamental para ello el Fondo del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT).

Este fondo financiará inversiones en materia de economía circular, que se materializarán a través del apoyo a EELL, mancomunidades u otras agrupaciones de municipios, organismos autónomos, entidades públicas empresariales locales y sociedades mercantiles locales que favorezcan la mejora de la calidad ambiental de los destinos, incluyendo, para la valoración de las medidas, las relativas a la eficiencia en el uso de recursos, la reducción de la generación de residuos y la mejora en su gestión.

---

<sup>32</sup> [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/es/policy/themes/tourism/](https://ec.europa.eu/regional_policy/es/policy/themes/tourism/)

<sup>33</sup> <https://etc-corporate.org/>

Además, se prevé la incorporación de estos recursos en una línea de financiación de actuaciones de economía circular y eficiencia energética en el sector turístico por valor de 220 millones de euros en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Esta inversión consistirá en la financiación a empresas de proyectos de eficiencia energética y economía circular con convocatorias anuales, destinados a medidas para mejorar la eficiencia energética, la separación y gestión de residuos, las instalaciones y los equipos empleados, la digitalización, automatización y control y sistemas de gestión de edificios, para fomentar la producción y obtención de suministros de proximidad, y para incrementar la concienciación y formación de plantilla.

– **Introducción de la circularidad en el Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en destinos**

Estos planes acometerán acciones de mejora en la reducción y gestión de los residuos producidos por la afluencia turística según flujos, lo que permitirá avanzar en la separación en origen como piedra angular para un adecuado tratamiento posterior de los residuos y mitigar de esta forma uno de los grandes problemas ambientales generados en el sector. Igualmente, permitirá la inversión en la mejora de la eficiencia energética y sostenibilidad de los equipamientos en espacios protegidos o la implantación de otras medidas de economía circular en los servicios públicos.

– **Apoyo a la creación de producto turístico sostenible y circular**

Con el objetivo de diversificar y contribuir a la diferenciación de la oferta turística en España, la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) se propone apoyar la creación de nuevos productos turísticos, en especial aquellos que pongan en valor aspectos relacionados con la sostenibilidad en el territorio en que se desarrollen por medio de la incorporación de requisitos y buenas prácticas en sostenibilidad turística, incluyendo aspectos relacionados con la reducción y gestión de residuos. Para ello, se impulsarán Clubes de Productos Turísticos Nacionales que promuevan la mejora del comportamiento ambiental de las empresas turísticas. En este sentido, la Secretaría de Estado de Turismo ha publicado una Estrategia de Creación, Innovación y Fortalecimiento de la Oferta País – Experiencias Turismo España, que cuenta con un presupuesto de 100 millones de euros.

– **Apoyo a los municipios sostenibles para la reducción y gestión de residuos**

Con objeto de implantar buenas prácticas en la reducción de residuos y mejora de la separación de residuos por establecimientos turísticos adheridos y el ahorro en el consumo de recursos (agua, energía) se ha diseñado la metodología “Destino Turístico Inteligente.

– **Formación en economía circular del proyecto Anfitriones del Turismo.**

Esta formación te permitirá comprender los procesos de compartir, alquilar, reutilizar, arreglar, renovar y reciclar materiales y productos como aspecto principal de la economía circular, la relación entre la actividad turística y la economía circular, así como identificar y evaluar los impactos de las prácticas turísticas sobre el medio ambiente.

Asimismo, la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P. (**SEGITTUR**)<sup>34</sup> ha desplegado un conjunto de proyectos relacionados con la economía circular, en el que ha participado este equipo consultor:

- ***Guía práctica para la aplicación de la Economía Circular en el sector turístico de España (2022)***

La Guía Práctica para la Aplicación de la Economía Circular en el sector turístico en España, realizada por este equipo consultor, hace un repaso por la importancia que ha adquirido la economía circular para la economía en general, y para el sector turístico, en particular, donde se menciona entre sus beneficios para el sector el ahorro de costes para las empresas, a lo que se suma el beneficio reputacional y el bienestar social.

La guía establece que las principales palancas para el despliegue de la economía circular en el sector turístico de España son la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, el acuerdo de París sobre el cambio climático, el Pacto Verde Europeo, el Plan de Acción de Economía Circular de la UE 2020 o el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, entre otras.

El informe destaca la capacidad del sector turístico en España para desencadenar y estimular el cambio de un modelo económico no sólo en los subsectores que lo componen, sino en el resto de los sectores de la economía, ya que puede actuar como motor de arrastre y regeneración.

Entre las medidas de circularidad que el informe propone para el turismo se incluyen las siguientes: reducir el uso de energía y recursos no renovables, autoproducción de energía de fuentes renovables, elección de productos de consumo reciclados, suministro de productos locales y de temporada o minimizar la generación de residuos en las instalaciones turísticas.

También incluye la puesta en marcha de acciones de cero residuos plásticos, la gestión optimizada del agua y la realización de proyectos de edificación o restauración que permitan la reutilización y reciclaje de materiales.

- **Manuales de aplicación de la economía circular a destinos y pymes turísticas.** El objetivo es orientar a los destinos y empresas turísticas bien en el desarrollo de una hoja de ruta detallada que complemente sus propios instrumentos de planificación turística sostenible, o bien en la definición de los

---

<sup>34</sup> Fuente: <https://www.segittur.es/ods-y-sostenibilidad/proyectos-sostenibilidad/economia-circular-aplicada-al-sector-turistico/>

primeros pasos a dar en este proceso de transición identificando acciones clave específicas que puedan ser abordadas con relativa facilidad.

Las dos primeras partes de los manuales suponen una introducción al concepto de economía circular y su vinculación con la actividad turística global y en España. De manera complementaria, la tercera parte profundiza en la elaboración de una hoja de ruta hacia la circularidad; siguiendo cuatro preguntas clave: ¿dónde estamos ahora en materia de turismo circular?, ¿dónde queremos llegar?, ¿cómo llegar hasta ahí?, y una vez definido el plan de acción, ¿cuál es nuestro desempeño?. Para cada una de estas preguntas los manuales no solo aportan una metodología a seguir sino que, además, incorporan ejemplos prácticos, plantillas de trabajo y listados orientativos de potenciales acciones a llevar a cabo.

- **Guía de buenas prácticas en economía circular en turismo.** Esta Guía reúne iniciativas en Economía Circular y Turismo identificadas a partir de una profunda revisión de fuentes primarias y secundarias entre las que se incluyen entrevistas realizadas a expertos, cuestionarios trabajados con gestores de destinos de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes, y publicaciones en materia de economía circular. Los ejemplos seleccionados deben servir de modelos de actuación, por lo que deben despertar interés para ser replicados y seguir generando acciones basadas en la circularidad turística. Se entiende como buena práctica una experiencia exitosa, que ha sido validada y puesta en marcha, y que merece ser compartida con el fin de poder servir de referencia al mayor número posible de destinos.

- **Manuales de aplicación de la economía circular en alojamientos, restaurantes y actividades turísticas.**

- ***Guía Buenas Prácticas de Sostenibilidad para Destinos Turísticos Inteligentes (2022)***

La Guía de Buenas Prácticas de Sostenibilidad para los Destinos Turísticos Inteligentes tiene como objetivo ser una fuente de referencia para que gestores de destinos, organizaciones y profesionales del turismo conozcan casos de éxito y avancen hacia la sostenibilidad turística.

La Guía comienza con el análisis de siete retos de los destinos para abordar la sostenibilidad entre los que se incluyen la gobernanza, el cambio climático y la descarbonización del turismo; el conocimiento y monitorización de la actividad turística; y la comunicación y la formación en sostenibilidad.

Se cuentan 27 buenas prácticas mundiales, que contribuyen a avanzar en los objetivos de sostenibilidad; a garantizar la calidad de la oferta turística; a minimizar los impactos generados por el desarrollo del turismo; a fortalecer las relaciones entre los diferentes actores involucrados en la actividad turística; así como a implementar procesos de mejora continua.

– **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**

El proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes impulsado por la Secretaría de Estado de Turismo tiene como objetivo ser la locomotora para el impulso y fomento de la transformación digital de los destinos y zonas turísticas de España. A la vez que pretende impulsar un desarrollo sostenible del turismo y asegurar la satisfacción de los turistas y mejorar las condiciones de vida de la población. Se trata de una apuesta por un modelo de desarrollo turístico basado en los conceptos de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad con el que garantizar el presente y el futuro del turismo. Un modelo que cuenta con el reconocimiento internacional de organismos e instituciones tan relevantes como la ONU Turismo, la OCDE, el BID o la WTTC.

– **Modelo de innovación sostenible en experiencias agroturísticas (MISEA).**

La Secretaría de Estado de Turismo (SETUR), a través de SEGITTUR, impulsa la creación de **experiencias agroturísticas sostenibles que complementen, diversifiquen y contribuyan a la desestacionalización de la oferta turística de los destinos**, y del destino España en general; y lo considera innovando en su propuesta de valor mediante el acercamiento del sector primario al sector turístico. Todo ello unido a la **oportunidad y el reto que supone la existencia de un mercado turístico en transformación que busca cada vez más experiencias sostenibles e innovadoras que generen valor añadido a quienes las consumen.**

Para ello se ha definido un **Modelo de Innovación Sostenible de Experiencias Agroturísticas (MISEA)** y diseñado una serie de herramientas de apoyo a los gestores públicos y tejido empresarial.

### III. LA TRANSICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

#### 1. METODOLOGÍA PARA EL IMPULSO DE LA TRANSICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

##### 1.1. Delimitación del proyecto de aplicación de la economía circular en la Montaña Palentina

La Montaña Palentina es una comarca natural que se localiza **en el extremo septentrional de la provincia de Palencia**. Forma parte de la vertiente meridional de la **Montaña Cantábrica**, lindando con las comarcas de Riaño, Liébana y Campoo, con las que limita al norte; y de la planicie que da lugar a la Meseta Castellana en el extremo sur. Al este linda con La Lora Burgalesa, y al oeste con la Montaña Leonesa en su segmento de Cistierna.

En este territorio, a caballo entre las regiones biogeográficas atlántica y mediterránea, se dan cita **dos importantes cuencas sedimentarias, la del Duero**, que ocupa casi la totalidad de la comarca, y donde **nacen los dos importantes ríos (Carrión y Pisuerga)**, en cuyas cuencas se han construido **cinco embalses**; y **la del Ebro**, representada por el mismo río Ebro, que nada más nacer atraviesa una pequeña superficie de territorio palentino.

Se trata de una comarca calificada de **Zona de Alta Montaña**.

##### Municipios

El territorio que denominamos Montaña Palentina está integrado por **19 términos municipales**: Aguilar de Campoo, Barruelo de Santullán, Berzosilla, Brañosera, Castrejón de la Peña, Cervera de Pisuera, Dehesa de Montejo, Guardo, Mudá, La Pernía, Polentinos, Pomar de Valdivida, Respenda de la Peña, Salinas de Pisuerga, San Cebrián de Mudá, Santibáñez de Ecla, Santibáñez de la Peña, Triolla y Velilla del Río Carrión.

##### Población: despoblamiento y envejecimiento

La población total asentada en la comarca, según el *Estudio Demográfico de la Montaña Palentina* realizado por la Fundación Santa María la Real, es de 20.698 habitantes (2021).

Los municipios más poblados son **Aguilar de Campoo** (6.806 hab.), **Guardo** (5.769 hab.) y **Cervera de Pisuerga** (2.276 hab.). El menos poblado es Berzosilla con 41 personas. 12 municipios tienen menos de 500 habitantes, cuatro menos de 100 y solo cinco municipios superan los 1.000 habitantes.

La **densidad media de población**, según la ACD Montaña Palentina, es de **11,9 hab/km<sup>2</sup>**.

**Más del 30% de la población de la Montaña Palentina tiene 70 años o más**, lo que la sitúa por encima de la media de Castilla y León y de España.

La **superficie comarcal es de 1.706,07 Km<sup>2</sup>**, el 21,90% del territorio provincial y el 1,87% de la superficie de Castilla y León.

### Espacios naturales

La Montaña Palentina es un **espacio singularizado, de esencia montañosa**, en donde el relieve se manifiesta como fundamento del complejo ecológico, creando **grandes contrastes entre las planicies de los valles y las cumbres de montaña**. De los 700 u 800 metros de altitud de las zonas más bajas por donde discurren los ríos Pisuerga, Carrión y Ebro, se pasa en apenas 10 kilómetros, a **cimas que superan los 2.000 metros**, dando lugar a valles recortados con fuertes pendientes.

El **clima** en el territorio **es de transición entre el tipo mediterráneo continental y el atlántico de montaña**, muy cambiante y fuertemente condicionado por el relieve.

La Montaña Palentina alberga **cinco Espacios Naturales Protegidos**, pertenecientes a la **Red de Espacios Naturales Protegidos (REN) de Castilla y León**, incluida a su vez en la Red de Áreas Naturales Protegidas (RANP):

- El **Parque Natural Montaña Palentina**.
- El Paisaje Protegido *Las Tuerces*.
- El Monumento Natural *Laberinto de Las Tuerces*.
- El Paisaje Protegido *Covalagua*.
- El Monumento Natural *Cascada de Covalagua*.

Asimismo, parte del territorio está integrado en la **Red Natura 2000**. En la Montaña Palentina hay catalogados **34 hábitats naturales de interés comunitario** en el Anexo I de la Directiva Hábitats, de los cuales 11 son de interés comunitario prioritario.

Por otra parte, cuenta con **Zonas Húmedas Catalogadas**, como lagunas glaciares, y **Especímenes Vegetales de Singular Relevancia**, como el **Roblón de Estalaya**, los **tejos de Tosande** o la **olma de Camporredondo**.

Hemos de destacar que se encuentra en la zona de transición de dos regiones biogeográficas, recibiendo influencias cántabro-atlánticas por el norte y mediterráneas por el sur, en la zona que da paso a la meseta castellana.

Esta circunstancia determina, junto a su aislamiento secular y a su pasado ecológico, **la existencia de especies vegetales endémicas, y otras que son casi exclusivas de esta comarca.**

**FIGURA 1.1. Figuras de protección en la Montaña Palentina**

Figura de protección	Superficie (ha.)	% de la Montaña Palentina
Parque Natural	78.225,7	45,15
Red Natura 2000	82.145,46	47,45
Zomas Húmedas Catalogadas	1.588,05	0,92
Paisaje Protegido Covalagua	2.493	1,4
Paisaje Protegido Las Tuerces	2.090	1,2

*Fuente: CETS Montaña Palentina*

En este punto, hemos de señalar la siguiente **biodiversidad**:

- De entre **los bosques**, localizados **entre los 1.000 y 1.700 m. de altitud**, destacan **los robledales y los hayedos**, donde abundan las aves como los picos mediano, mayor y negro, **mamíferos como el oso, el jabalí, corzo, o ciervo, y rapaces nocturnos como el cárabo o la lechuza campestre**. También tiene presencia en este territorio el otro gran carnívoro ibérico, el **emblemático lobo**. Además, existen otros bosques de menor extensión pero de singular valor, como son: los pinares de pino albar, enebrales y encinares de montaña, tejedas, acebedas, avellanedas, mostellares, abedulares y tremoledas.
- En los **bordes de los bosques** aparecen las orlas arbustivas con majuelos, rosales, endrinos, espinos pudies, agracejos, etc. Existen además diversos tipos de matorrales.

- A **mayores altitudes**, o en zonas muy venteadas, aparecen los piornales con sabinas y enebros rastreros, o brezales, donde la acción el fuego se ha repetido con insistencia.
- Las praderas y piornales albergan especies como la **perdiz pardilla, los pechiazules, las chovas piquirrojas y piquigualdas**.
- Entre las **áreas de pastos**, pueden citarse las conocidas praderas de siega o los prados de diente, pastizales de altura, etc.
- En los **roquedos, peñas y pedregales** crecen las originales plantas rupícolas, con una gran riqueza y diversidad. Estas zonas son esenciales para la cría de numerosas especies rupícolas como **el alimoche, buitres, águila real, halcón peregrino, chovas**, etc.
- En el **medio acuático**, configurado por los ríos Carrión y Pisuerga, abundan **las truchas**, especialmente la trucha común europea. Además, asociados a éste, está presente el martín pescador la garza real, el desmán de los Pirineos, la nutria e insectos como las libélulas.
- En **cuevas y cavidades** existe gran cantidad de **flora endémica y especies de murciélagos**.

## Parque Natural Montaña Palentina

El Parque Natural es una **pieza clave en el desarrollo turístico de la Montaña Palentina**.

El Parque Natural Montaña Palentina (así denominado conforme a Acuerdo del Consejo de Gobierno del 10 de octubre de 2019 y anteriormente denominado “Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina”) **fue declarado en el año 2000** (Ley 4/2000 de 27 de junio) y se localiza en la parte septentrional de la comarca, limitando al oeste con León y al norte y al este con Cantabria. Ocupa 78.154,08 hectáreas **y se encuentra entre los diez parques naturales más extensos de España**.

Considerando la Zona de Influencia Socioeconómica (ZIS), la superficie comprendida llega a 125.466,64 ha. Se distribuye en diez municipios de la Montaña Palentina, aunque esta distribución dista mucho de ser homogénea, puesto que algunos están totalmente, o en su mayor parte incluidos, mientras que otros sólo lo están en una pequeña porción.

El Parque alberga las cabeceras de los **ríos Carrión –Fuentes Carrionas- y Pisuerga – Fuente Cobre**, tradicionalmente conocida como Fuente Coble o Cueva del Coble-, ambos pertenecientes a la cuenca del Duero. Posee la masa de sabinas más septentrional de Europa, superficies de pinar natural de pino silvestre y extensas tejadas. Asimismo, **es refugio de una de sus especies más emblemáticas y en peligro de extinción: el oso pardo**.

El parque natural cuenta con el **Plan de Ordenación de los Recursos Naturales**, aprobado por el Decreto 140/1998, de 16 de julio. Asimismo, dispone de un borrador de Plan de Uso Público.

El Parque Natural de la Montaña Palentina se incorporó al **Club Ecoturismo en España en septiembre de 2023**.

## Geoparque Mundial UNESCO Las Loras

El ámbito geográfico del Geoparque Mundial UNESCO Las Loras excede al de Montaña Palentina, extendiéndose principalmente por la provincia de Burgos, pero comprendiendo **terrenos de dos términos municipales de la Montaña Palentina**: Aguilar de Campoo y Pomar de Valdivia.

## Paisaje Cultural

### *Románico*

La Montaña Palentina cuenta con **la mayor concentración de monumentos románicos en España, e incluso de Europa**. En concreto, están inventariados **más de 100 elementos románicos**. Este **legado** expresa la huella de la historia en el territorio. El Románico de la Montaña Palentina, recoge la influencia del Románico Norte (Asturias y Santander), con las más puras construcciones del primitivo románico. Algunos de estos elementos han sido declarados Bien de Interés Cultural (BIC).

En este sentido, la Montaña Palentina dispone de **40 BIC**. En este sentido, hemos de destacar los municipios de **Aguilar de Campoo**, que cuenta con 18 BIC, entre los que destaca el **centro histórico** y el **Monasterio de Santa María La Real**, sede de uno de los proyectos culturales más interesantes en España, y **Cervera de Pisuerga**, que cuenta con 4 BIC, entre los que destaca el **centro histórico** de la ciudad.

### *Patrimonio minero*

La Montaña Palentina cuenta también con un variado **patrimonio de carácter industrial, especialmente minero**. Este patrimonio se concentra en los municipios de Barruelo de Santullán, Brañosera y San Cebrián de Mudá, si bien hay elementos dispersos por toda la comarca.

Se trata de un recurso en franco peligro de degradación y desaparición, aunque existe un incipiente aprovechamiento turístico (**Museo de la Minería y Mina Visitable, Mirador de las Estrellas o Plan Mundo Miner**).

## Gastronomía

La Montaña Palentina representa la **cocina de alta montaña** de Castilla y León. En este sentido, cuenta con la Marca de Garantía de **Carne de Cervera y de la Montaña Palentina**. Asimismo, varios productores y establecimientos participan en proyectos como Alimentos de Palencia (12 productores agroalimentarios, 6 restaurantes y 3 comercios) o Tierra de Sabor (7 productos).

## Actividad económica

La evolución económica de la Montaña Palentina ha estado precisamente marcada por **la introducción de la actividad extractiva minera a finales del siglo XIX**, primero en la zona de Barruelo de Santullán y el Valle de Mudá, y más tarde en Guardo.

En los años 50 del siglo XX, la **industria alimentaria** se consolida como la segunda actividad económica comarcal.

No obstante, en este período, el sector agropecuario comienza a sufrir los efectos de la crisis de la agricultura tradicional, que tuvo como consecuencia **la mecanización del campo y el éxodo de la población activa agraria**.

En los años 60, la construcción de embalses supone un nuevo impulso para la **industria energética**, y comienza a definirse la reciente **configuración económica de la comarca, basada en tres sectores: la industria energética y extractiva, la industria agroalimentaria y la ganadería**.

En los últimos años, la tendencia de la Montaña Palentina ha sido hacia la **terciarización**, con un claro declive de las actividades agrarias y mineras para aumentar la del sector servicios, en particular **el turismo**.

## Sector turístico

La Montaña Palentina cuenta con un **ente de gestión del destino: la ACD Montaña Palentina**.

Asimismo, **varios ayuntamientos disponen de oficinas de información turística municipal**: Aguilar de Campoo, Cervera de Pisuerga y Guardo.

Por otra parte, la Montaña Palentina cuenta con un **amplio conjunto de servicios turísticos**, entre los que podemos destacar: la Casa del Parque Natural de la Montaña

Palentina, la Cueva de los Franceses, el Mirador de las Estrellas, el Centro de Interpretación de la Minería, la Reserva y Centro de Interpretación del Bisonte Europeo, el Centro de Interpretación de la Pernía, el Centro de Interpretación de la Trucha, el Centro Expositivo ROM, o el Museo de Arte Sacro de la Colegiata de San Miguel.

En el apartado de instituciones y **organizaciones directamente relacionadas con el sector turístico** de la Montaña Palentina (*grupos de interés*), hemos de destacar los siguientes:

- ACD Montaña Palentina
- Diputación Provincial de Palencia
- Junta de Castilla y León
- Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León
- Municipios de la Montaña Palentina
- Fundación Santa María la Real
- Asociación Empresas Turísticas Montaña Palentina Vivo
- Asociación de Hostelería, Turismo y Cultura Gastronómico Palencia Norte
- Grupo de Estudios de la Montaña Palentina
- Fundación Oso Pardo

### **Alojamientos turísticos**

La Montaña Palentina contaba en 2019 con **180 establecimientos** y **3.062 plazas de alojamiento turístico**, según datos de la Junta de Castilla y León. La mayor parte de los servicios turísticos se concentran en dos poblaciones: Aguilar de Campoo y Cervera de Pisuerga, que concentran casi el 50% de los alojamientos y más del 60% de las plazas.

El alojamiento más emblemático del territorio es el **Parador de Cervera de Pisuerga**. El **modelo de alojamiento dominante en la Montaña Palentina son las casas rurales**, que representan el 44,5% del total de alojamientos y el 18 % de las plazas. Una tipología de alojamiento de pequeña dimensión, pero muy reconocible de la Montaña Palentina son **las Posadas**. Cuenta con 4 en el territorio.

Por su parte, los **campings suponen el 25 %** de la oferta de plazas de alojamiento.

### **Restaurantes**

La Montaña Palentina contaba en 2022 con 79 restaurantes y 7 cafeterías.

### **Empresas de turismo activo**

La Montaña Palentina contaba en 2022 con 10 empresas de turismo activo.

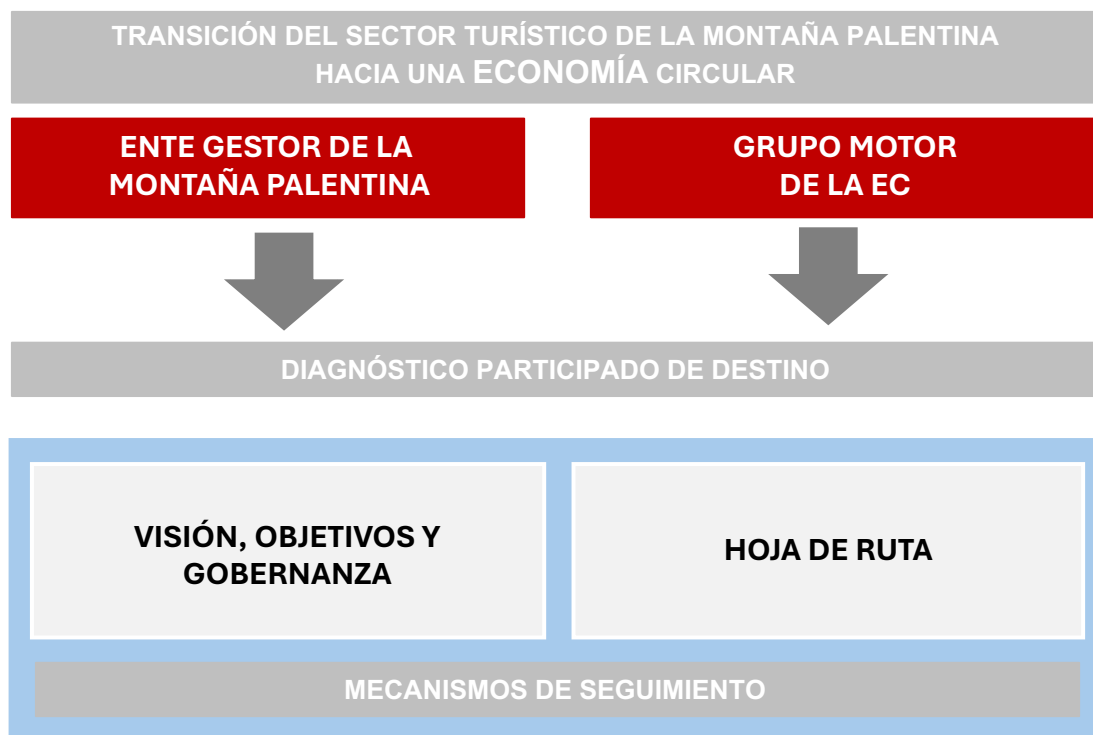
En resumen, **la capacidad de oferta turística de la Montaña Palentina es limitada**. Asimismo, se observa, un **cierto envejecimiento y obsolescencia de una buena parte de la oferta de alojamiento y restauración**, que limitan la capacidad de desarrollo turístico del destino. De hecho, el Parador Nacional tiene previsto realizar un cierre temporal para proceder a una importante actualización de las instalaciones.

## 1.2. Metodología para el desarrollo del proyecto

En este capítulo se van a resumir los pasos clave que permitirán que el sector turístico de la Montaña Palentina inicie su transición hacia una economía circular.

Esta hoja de ruta hacia la circularidad se basa en los trabajos y manuales realizados por SEGITTUR<sup>35</sup> en el período 2022-2024, en los que ha colaborado este equipo consultor, así como en la Estrategia Española de Economía Circular.

**FIGURA 1.2. Proceso metodológico del proyecto de transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular**



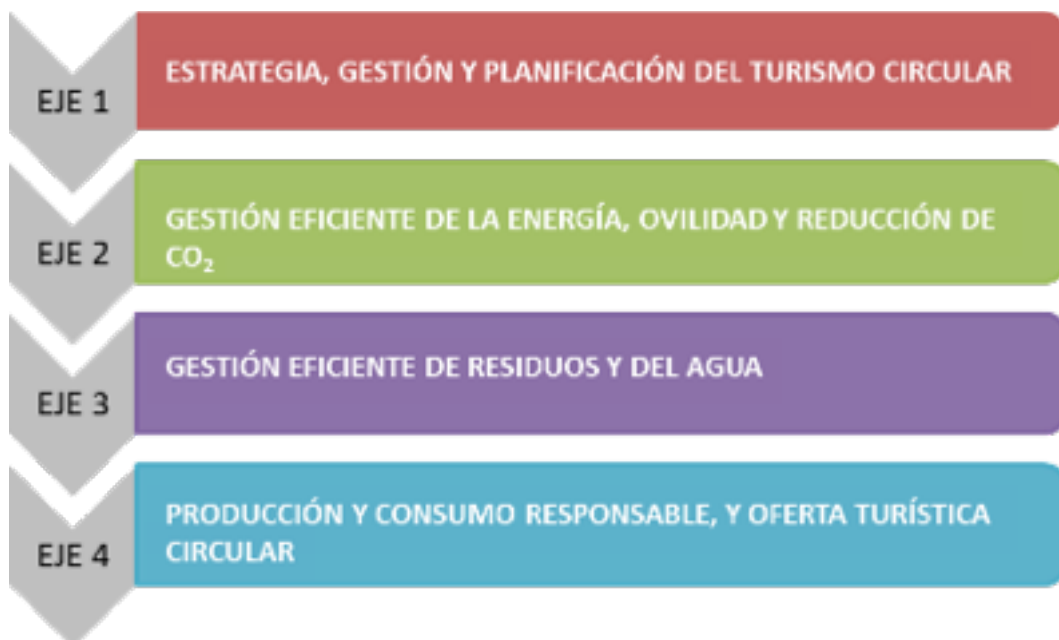
*Fuente: elaboración propia a partir de SEGITTUR.*

<sup>35</sup> SEGITTUR (2023): Orientaciones para la transición del sector turístico hacia una economía circular.

Asimismo, se han definido los ejes sobre los que se han de focalizar tanto el análisis de la situación actual, como el desarrollo estratégico y la hoja de ruta para la transición de un destino de enoturismo hacia una economía circular. Los ejes definidos son:

1. **Estrategia, gestión y planificación del turismo circular.** Se enfoca en la necesidad de gestionar y disponer de un modelo de gobernanza eficaz que acompañe, motive y de seguimiento al proceso de transición de un destino de enoturismo hacia la economía circular.
2. **Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de CO<sub>2</sub>.** Pone el foco, por un lado, en la gestión eficaz y eficiente de la energía y la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, y los sistemas de movilidad y transporte.
3. **Gestión eficiente de residuos y del agua.** Se centra en reducir la cantidad de residuos que se generan, que se reciclan y recuperan, la gestión eficaz del agua, y en la colaboración de agentes para lograr estos objetivos.
4. **Producción, consumo responsable, y oferta turística circular.** Enfatiza en la capacidad de las organizaciones de producir, distribuir y consumir bienes y servicios de la forma más eficaz y sostenible posible. Comprende la autosuficiencia de materias primas, la contratación "verde" o circular, la generación de residuos y el desperdicio alimentario.

**FIGURA 1.3. Ejes estratégicos para la transición del sector turístico hacia la economía circular**



Fuente: Elaboración propia a partir de SEGITUR (2023)

En este sentido, la metodología aplicada para el desarrollo de los trabajos ha sido de carácter participativo y teniendo en cuenta las circunstancias del destino, es decir:

- Marco estratégico turístico del destino
- Experiencia previa del destino vinculada a la aplicación de la economía circular al sector turístico
- Entidad de gestión del destino
- Opiniones de los miembros clave relacionados con el sector turístico, gestión estratégica del destino o asociaciones, a partir de reuniones y contactos bilaterales
- Documentación aportada por el ente gestor del destino
- Observación por parte de los consultores asignados al destino
- Reuniones personalizadas con las tres empresas seleccionadas entre el equipo consultor y la Diputación Provincial de Palencia, en función de su adhesión a la Carta Europea de Turismo Sostenible

En cuanto al proceso de trabajo, los hitos más relevantes del proyecto han sido los siguientes:

### **1. Sesión informativa y formativa presencial (11/06/24)**

El día 11 de junio tuvo lugar, en Aguilar de Campoo, la primera reunión con los agentes clave seleccionados.

Se realizó una presentación del proyecto, ahondando en la parte tocante al destino. Durante esta explicación, algunos de los asistentes informaron sobre proyectos vinculados a la sostenibilidad y economía circular que no habían sido identificados con anterioridad.

Tras esta parte informativa, el siguiente paso fue organizar una serie de reuniones participativas para analizar la situación de la economía circular en el sector turístico de la Montaña Palentina. Para ello, tras la reunión se enviaron emails para lanzar varias fechas en base a una aplicación, para que los agentes clave pudieran determinar disponibilidad y preferencia de reunión.

### **2. Reuniones con los agentes clave (online)**

Los asistentes fueron los participantes de la jornada inicial, agentes claves identificados por la Diputación Provincial de Palencia, con el objetivo principal de validar el enfoque estratégico del proyecto para el destino Montaña Palentina:

### **3. Reuniones con las empresas seleccionadas para la realización del diagnóstico de circularidad específico y plan de acción.**

Se realizó una propuesta de empresas a analizar en función de las pymes que se encuentran adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible, que fueran

representativas de tres tipologías (alojamiento, restaurante y empresa de actividades) y del conjunto del territorio. La propuesta de empresas se aprobó por parte de la Diputación de Palencia.

Las empresas seleccionadas fueron: El alojamiento **Convento de Mave**, el restaurante **Las Encinas** y la empresa de actividades turísticas **Fuente de Aventuras**.

Se adjuntan las memorias específicas de las empresas como Anexos.

## 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN EL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA

Para facilitar la comprensión de los proyectos e iniciativas puestas en marcha o planteadas en la Montaña Palentina relacionadas con la transición del sector turístico hacia la economía circular, los resultados se han agrupados en torno a cuatro grandes bloques temáticos que han sido definidos previamente mediante la implementación de la metodología del proyecto: estrategia, gestión y planificación del turismo circular; gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>; gestión eficiente de residuos y del agua; y producción y consumo responsable y oferta turística circular.

### 2.1. Estrategia, gestión y planificación del turismo circular

El primer bloque se enfoca en la necesidad de gestionar y disponer de un modelo de gobernanza eficaz que acompañe, motive y de seguimiento al proceso de transición hacia una economía circular. Dicho modelo se plasma en la existencia de una entidad de gestión, la aprobación de estrategias, planes y campañas de sensibilización y asistencia al cambio circular; estímulos a la competitividad circular y desarrollo de capacidades; diseño de acciones e incentivos para una oferta turística más sostenible y circular y un sistema de indicadores y de vigilancia estratégica. De esta forma, mediante el proceso de diagnóstico de circularidad del sector turístico de la Montaña Palentina, se han identificado las siguientes iniciativas en relación con la estrategia, gestión y planificación del turismo circular.

#### 2.1.1. Planificación y gestión del destino

La Diputación Provincial de Palencia y los municipios de la Comarca Palentina cuentan con competencias en materia de turismo en la Montaña Palentina<sup>36</sup>. En relación con la planificación del turismo, hemos de destacar las siguientes iniciativas:

##### 1) La Estrategia de Turismo de la Diputación Provincial de Palencia

Se debe resaltar también que en las **Directrices para la Promoción Turística de la Provincia de Palencia 2022-2025** se hace referencia a la necesidad de implementar la sostenibilidad en los planes de destino, concretamente en Planes de Sostenibilidad en Destino en la provincia de Palencia. Sin embargo, no encontramos referencias a la economía circular en dichas directrices.

---

<sup>36</sup> Ley de Turismo de Castilla y León.

## 2) El Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de la Montaña Palentina

La Conferencia Sectorial de Turismo aprobó el Plan de Sostenibilidad Turística en Destino de la Montaña Palentina, impulsado por la Diputación Provincial de Palencia el 21 de diciembre de 2021. Se trata de una ambiciosa estrategia a largo plazo para reposicionar turísticamente el destino. El Plan pretende dar el impulso inicial necesario para que la Montaña Palentina sea un destino turístico sostenible capaz de transformar el recurso en producto turístico que genere valor añadido a la población local. El coste de las actuaciones previstas Plan de sostenibilidad Turística de la Montaña Palentina se eleva a 4.316.032,00 € euros, que se financian con los fondos de recuperación Next Generation.

## 3) El CETS Montaña Palentina.

La Montaña Palentina se caracteriza por un interés notable en la participación y promoción de la sostenibilidad como parte de sus valores elementales. Por eso se ha promovido activamente la participación de empresas y entidades afines a la **Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos**. Un proyecto planteado como estrategia de gestión práctica, de cara al trabajo con empresas y partes interesadas, que promueve espacios naturales protegidos como Destinos de Turismo Sostenible mediante la planificación, estructura de gestión y procesos participativos para garantizar que los visitantes disfruten de los parques de manera sostenible.

La CETS es un método que implica un compromiso voluntario de aplicación de los principios de turismo sostenible, orientado a los gestores de los espacios naturales protegidos y a las empresas para definir sus estrategias de forma participada. La CETS propone tres fases:

Fase I: Acreditación del espacio natural protegido: mediante la comunicación a la Federación EUROPARC sobre el inicio de la preparación a la candidatura. Para ello, se debe preparar un dossier con un diagnóstico, estrategia y plan de acción a cinco años.

Fase II: Adhesión de Empresas Turísticas. Para ello, deben de pertenecer al espacio natural protegido y llevar a cabo en su día a día una actividad sostenible, trabajar a conjunto con los gestores del espacio protegido e impulsar la mejora del vínculo entre ambas partes. También deben elaborar un Plan de Acción a tres años que deben renovar al final de ese periodo con nuevos compromisos.

Fase III: Adhesión de agencias de viaje, con el objetivo de fomentar la comercialización de la oferta turística. Deberán de realizar un plan de acción de un año.

## 5) El Plan de Acción de turismo sostenible de la Agrupación Comarcal de Desarrollo de la Montaña Palentina

El objetivo en esta línea es la adecuación del sector turístico comarcal a parámetros notables de sostenibilidad (ambiental, social y económica) mediante la mejora o creación e impulso de actividades, ofertas y servicios turísticos.

- **consolidar el destino turístico Montaña Palentina:** potenciación de la imagen exterior del destino (web, publicaciones, ferias, etc.), apoyo a los procesos asociativos en el sector turístico y fomento de la marca “Montaña Palentina”
- **mejorar el nivel de calidad de infraestructuras y servicios turísticos:** apoyo a la creación de sistemas de conocimiento y evaluación de la oferta y la demanda, fomento de la creación y/o mejora de pequeñas infraestructuras turísticas
- **integrar elementos del patrimonio natural en actividades de naturaleza socioeconómica:** apoyo al conocimiento y diseño de planes de aprovechamiento turístico de los recursos, y apoyo a iniciativas de turismo de observación de naturaleza y de turismo cultural
- **fomento de la compatibilidad del uso turístico de los recursos con otras actividades** (agricultura y ganadería, conservación ambiental, caza y pesca, etc.): apoyo a procesos de formación especializada de los agentes del sector turístico, apoyo a actividades de sinergia entre actividad turística y otras actividades, y fomento de actividades intersectoriales de análisis y conocimiento mutuo.

## 5) La Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina

La Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina señala que el turismo es uno de los **principales motores económicos y sociales** de la Montaña Palentina, **colabora en el dinamismo de otros sectores** de la actividad económica, cultural y social del territorio, propone un **modelo de desarrollo territorial sostenible y equilibrado** que integra y cohesiona los diferentes nodos y agentes que participan en el ecosistema turístico del destino, y es **compatible con la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía y de la experiencia de los visitantes**.

Asimismo, el turismo permite a la Montaña Palentina proyectar un **modelo de territorio de montaña auténtico**, con una gran **personalidad**, acogedor, de **escala humana**, basado en un ritmo de vida tranquilo; y que se expresa a través un **territorio singular** con una **extraordinaria biodiversidad** y un conjunto de piezas que componen su

**sorprendente paisaje** (las montañas, los valles, los bosques, las villas históricas, los antiguos pueblos mineros), en el que **conviven de forma armónica las personas y la vida salvaje**, y en una gastronomía vinculada a la tradición culinaria y los productos locales.

Los **principios inspiradores del modelo turístico de la Montaña Palentina** son los siguientes:

- **La identidad de la Montaña Palentina.** La Estrategia de Marketing Turístico permitirá elaborar un discurso propio de la Montaña Palentina como destino cultural y natural, consolidar la personalidad de territorio de montaña castellano y cantábrico, reforzar los valores de la autenticidad, la sostenibilidad, la escala humana, la sociabilidad, la ruralidad, y concretar un relato turístico atractivo, inclusivo y plural, basado en la trayectoria, la riqueza y la variedad cultural, gastronómica, natural y paisajística de la Montaña Palentina.
- **El desarrollo sostenible del turismo y la adaptación al cambio climático.** La Estrategia de Marketing Turístico descansa sobre los principios de los ODS, la adaptación al cambio climático, la movilidad sostenible, la accesibilidad y el diseño universal o la economía circular.
- En este sentido, se seguirán las **directrices que emanan de las principales declaraciones y convenciones internacionales sobre turismo sostenible**, como la Carta Mundial de Turismo Sostenible ST+20, la Estrategia de Turismo Sostenible de España o la declaración de Glasgow de la OMT sobre la acción por el clima en el sector turístico.
- **Situar a las personas en el centro del modelo turístico de la Montaña Palentina.** En este sentido, la Estrategia de Marketing se propone potenciar la participación de la ciudadanía y de los visitantes en el desarrollo del turismo, visibilizar y dignificar a los trabajadores y trabajadoras del sector turístico y promover la mejora de la calidad de vida, la igualdad de género, la lucha contra la despoblación, la pobreza y la desigualdad, y la integración social de los colectivos más vulnerables.
- **El ecosistema turístico de la Montaña Palentina.** Integrar en la Estrategia de Marketing Turístico a todos los agentes que participan en el ecosistema turístico de la Montaña Palentina: organizaciones, empresas, emprendedores, etc.
- **Orientación a la demanda y el ciclo de la experiencia del viaje.** La Estrategia de Marketing Turístico se formula desde la perspectiva de las necesidades, preocupaciones, preferencias y hábitos de comportamiento de los consumidores actuales y potenciales de la Montaña Palentina y desde el concepto de la experiencia del viaje (inspiración, planificación, contratación, experiencia y compartir).

- **El reto de la revolución digital.** La Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina contempla los elementos clave del concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI), que se define como “un espacio turístico innovador, accesible para todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes” (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Secretaría de Estado de Turismo y Segittur, 2015).

En este sentido, los **objetivos estratégicos** del Plan de Marketing Turístico son los siguientes:

- Impulsar la renovación **de la identidad de la Montaña Palentina** y concretar un **relato turístico atractivo, inclusivo, plural, basado en la riqueza y variedad natural y cultural del destino y en los principios de la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural, y la sostenibilidad.**
- Fortalecer el **protagonismo turístico de la Montaña Palentina**, convirtiendo el destino en una referencia en la activación y gestión del patrimonio natural, cultural y gastronómico.
- **Cohesionar y poner en valor los diferentes nodos turísticos** que componen la Montaña Palentina.
- Definir una propuesta de **marketing más orientada a los públicos objetivos y mercados prioritarios** de la Montaña Palentina.
- **Renovar los soportes de promoción** turística del territorio.
- **Aumentar la rentabilidad económica y social del turismo** a través de **diversificar productos** como la escapada, la naturaleza, el ecoturismo, el deporte, la cultura y la gastronomía, **ampliar los públicos objetivos y mercados actuales, desestacionalizar y aumentar la estancia media.**
- Y en concreto, la actividad turística **fuera de temporada alta.**
- Dar **profundidad y variedad a la oferta actual**, activando recursos culturales y naturales, y mejorar la calidad de la experiencia turística.
- **Potenciar la participación** de la ciudadanía, del sector turístico y de los visitantes en el desarrollo del turismo.
- En este sentido, **aumentar los recursos de marketing** turístico de la Montaña Palentina y articular un **modelo de colaboración público-privado.**
- Conseguir **sinergias con el resto de sectores económicos del territorio**
- 

La Estrategia de marketing turístico de la Montaña Palentina se despliega en **6 áreas y 28 proyectos.**

**FIGURA 2.1. Áreas de actuación de la Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina**



*Fuente: Plan de Marketing Turístico de la Montaña Palentina*

## 6) El Observatorio Turístico de la Diputación Provincial de Palencia

La creación del Observatorio Turístico se impulsa desde el Servicio de Turismo de la Diputación Provincial de Palencia. Surge con el afán de avanzar en la promoción del conocimiento y singularidades de la actividad turística desarrollada en el territorio provincial. Esta iniciativa es fruto de la colaboración académica y científica entre el Servicio de Turismo y el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca, con el objetivo de crear un instrumento de gestión de la amplia y diversa información relacionada con el sector turístico provincial.

Asimismo, se han llevado a cabo un **gran número de iniciativas públicas y privadas** tanto en la Comunidad Autónoma como en la Diputación Provincial, vinculadas a la sostenibilidad, **que son relevantes para el impulso de la economía circular en la Montaña Palentina:**

### 1) La Estrategia de Economía Circular de Castilla y León

La **Estrategia de Economía Circular 2021/2030 de la Comunidad de Castilla y León**, que impulsa la Consejería de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio, desarrolla numerosas medidas financiadas por diferentes fondos europeos en los ámbitos de especialización inteligente, en especial en lo que se refiere a la segunda prioridad de la **RIS 3 "Castilla y León, neutra en carbono y plenamente circular"**.

El proceso de elaboración de esta estrategia comenzó en marzo de 2016, con la creación de un grupo de expertos y análisis de la hoja de ruta a seguir. Pretende responder a los retos específicos de la Comunidad, por lo que se basa en un análisis exhaustivo de la situación económica de partida para establecer objetivos específicos en los sectores prioritarios para Castilla y León. Además, las medidas propuestas se dirigen a los diversos agentes económicos, tanto públicos como privados, con un espíritu integrador y buscando la transversalidad que permita su aplicación en los diversos ámbitos económicos de la región.

En la figura siguiente se recogen los objetivos de la Estrategia de Economía Circular de Castilla y León, entre los que hemos de destacar los relacionados con un sector estratégico como el turismo y el patrimonio.

**FIGURA 2.1. Objetivos de la Estrategia de Economía Circular de Castilla y León**

OBJETIVOS	Agroalimentario	Automoción y componentes	Salud y Calidad de Vida	Turismo y Patrimonio	Energía y Medio Ambiente Industrial	Habitat
1.- Impulsar un modelo de innovación basado en el enfoque de ciclo de vida	**	***	*	*	**	**
2.- Desarrollar nuevos materiales, preferentemente en un marco de bioeconomía circular	***	***	**	*	**	**
3.- Implantar la cultura "residuo cero" en el ecosistema económico y la sociedad	***	**	*	*	**	**
4.- Favorecer el desarrollo de nuevas industrias y servicios de materias primas secundarias	***	**	*	*	***	***
5.- Promover un modelo de consumo responsable, basado en la durabilidad de los productos y en la satisfacción de necesidades frente a la posesión	*	***	*	*	**	*
6.- Favorecer nuevos modelos de relación económica basados en la cooperación industrial y colectiva	**	***	*	**	***	**
7.- Promover políticas formativas y de empleo que favorezcan la transición hacia una economía circular	***	***	**	**	***	***
8.- Fortalecer el compromiso de los organismos y entidades públicos y privados con la economía circular	***	***	***	***	***	***

Fuente: Estrategia de Economía Circular de Castilla y León

Las acciones de la Estrategia se encaminan a conseguir unos **objetivos cuantitativos específicos**, que se revisan cada tres años:

- Aumentar la productividad de los materiales en un 20% (consumo regional de materiales en relación con el PIB).
- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero correspondientes a los sectores de producción (procesos industriales, agricultura y ganadería, tratamiento y eliminación de residuos) un 25% en 2030.
- Reducir la generación de residuos un 15 %
- Incrementar la tasa global de reciclado de materiales en un 35%
- Incrementar la tasa de circularidad de los materiales en un 40%, aumentando el retorno de los materiales al final de su vida útil al ciclo económico (incremento de la participación de materiales recuperados sobre los materiales totales procesados en la economía).
- Mejorar un 10 % la eficiencia en el uso del agua.
- Conseguir que al menos el 30% de las contrataciones públicas incorporen criterios de economía circular

La Estrategia de Economía Circular de Castilla y León se ha estructurado inicialmente en 4 líneas estratégicas, organizadas en 16 programas de trabajo y 76 medidas concretas. Las líneas estratégicas son:

- Investigación y eco-innovación para la economía circular
- Hacia el residuo cero: residuos como recurso
- Nuevos modelos de consumo y relación económica
- Formación, sensibilización y participación

## 2) El Pacto por la Economía Circular de Castilla y León

El Pacto es un acuerdo voluntario por el que las entidades firmantes manifiestan su compromiso para desarrollar un modelo de economía circular en su actividad y contribuir con ello a acelerar el proceso de transformación de la economía de Castilla y León. Esta medida pretende contribuir a la creación y consolidación de un “ecosistema territorial de economía circular” que aúne a todos los agentes relevantes en el metabolismo económico regional, provincial o local.

El Pacto es un ejercicio de autorregulación para los firmantes. Cada entidad adherida firma unos compromisos:

- Integrar los principios y objetivos contemplados en la declaración firmada en sus estrategias y políticas.
- Desarrollar las medidas que permitan alcanzar los objetivos según la planificación temporal y/o presupuestaria que tenga mejor encaje en sus posibilidades y recursos.

- Comunicar a la sociedad, a través de los medios que consideren oportunos las buenas prácticas desarrolladas y sus resultados

En este punto, hemos de destacar que **la Diputación Provincial de Palencia se sumó al Pacto por la Economía Circular de Castilla y León el 4 de abril de 2024**, dando así un paso adelante para implementar buenas prácticas y medidas concretas hacia la economía circular.

### 3) Iniciativa LEADER 23-27

El término “LEADER” tiene sus orígenes en las siglas en francés de “Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale” que significa “Vínculos entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural”. El Programa LEADER consiste en un método de desarrollo local utilizado durante 20 años para participar en la elaboración de estrategias y asignación de recursos para el desarrollo rural. La metodología LEADER se viene aplicando en Castilla y León y en la Montaña Palentina desde el año 1991 en sucesivos periodos de programación, primero como una iniciativa comunitaria y luego integrado en el Plan de Desarrollo Rural de Castilla y León (PDR CyL, programa operativo) cubriendo la totalidad del medio rural de la Comunidad.

De hecho, el actual desarrollo del sector turístico en la comarca comienza con la **iniciativa LEADER, en el año 1991**, que pretende ofrecer los instrumentos necesarios para la búsqueda de alternativas económicas y de empleo en las zonas rurales. En ese momento, el denominado Norte de Palencia tenía una moderada actividad turística centrada en la caza, el patrimonio románico y el paisaje. De hecho, el desarrollo turístico de la Montaña Palentina ha estado vinculado en una primera fase a la evolución de los programas LEADER I y LEADER II. En este período se avanzó en la creación de infraestructuras, pero no se llegó a concretar la creación de un **Consorcio Turístico Comarcal** como ente de gestión del destino.

En concreto, en la Montaña Palentina se ha aplicado LEADER I (1991-1994, Federación Adempa); LEADER II (1996-1999, Federación Adempa); LEADER + (2000-2006, ADRI Montaña Palentina y País Románico); LEADERCAL (2007-2013, **ACD Montaña Palentina**) y LEADER 2020 (2014-2020, ACD Montaña Palentina).

El grupo LEADER en Montaña Palentina ha implementado el programa “Mujer Rural”, como estrategia de emprendimiento de la mujer rural en los ámbitos agrario y agroalimentario de la Montaña Palentina. También se encuentra el proyecto “MontañaLab”, un proyecto pensado para conocer las necesidades y expectativas de las personas residentes en Montaña Palentina, para crear servicios fijos o itinerantes que no existen en algunas de las comarcas. Se trata de un proyecto creado con el apoyo

de ACD Montaña Palentina, la Red PAME y la Asociación La Pernía. Además, también impulsan la Carta Europea de Turismo Sostenible como proyecto del grupo, en el que trabajan desde 2020.

#### 4) La Agenda Rural de Palencia

La Agenda Rural de Palencia es un marco estratégico de actuación sobre la provincia de Palencia de conformidad con los criterios establecidos por la Agenda 2030.

El objetivo general de la Agenda Rural de Palencia (ARP) es **fomentar el desarrollo sostenible en la provincia**, afrontando el reto demográfico, con políticas de **adaptación de los servicios** y de impulso al desarrollo socioeconómico que frenen la despoblación, pero también propiciar mejoras a nivel interno en la propia institución en todo lo relacionado con la planificación, la financiación, el conocimiento, la gobernanza, la transparencia y la participación, desde los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas**, a través del marco, **la metodología y las herramientas de la Agenda Urbana Española**.

En ese sentido, se trata de una adaptación de los planteamientos globales al ámbito local, una senda en la que la Diputación de Palencia ya fue pionera, **al alinear y evaluar sus presupuestos con los ODS desde el ejercicio de 2020**.

#### 5) Convocatoria de Subvenciones para Proyectos de Montaña Palentina

En 2022 la Diputación Provincial de Palencia puso en marcha una convocatoria de subvenciones de cara a la creación de nuevas empresas, consolidación y mejora de estas o alquiler de espacios para iniciativas empresariales.

#### 7) Convocatoria de Subvenciones y Ayudas en Materia de Economía Circular y Residuos de la Junta de Castilla y León

Se trata de una serie de ayudas convocadas por la Junta de Castilla y León para intentar reducir la generación de residuos y fomentar el impulso de la Economía Circular. En concreto, se llevó a cabo una convocatoria con el nombre **“Ayudas al Impulso de Economía Circular”** en 2023, con el objetivo de impulsar proyectos de inversión que contribuyesen a fomentar la sostenibilidad y circularidad en los procesos empresariales, además de mejorar la competitividad empresarial.

Además, en 2022 se convocó la **“Convocatoria de ayudas residuos 2022”** para alcanzar las tasas de reciclado previstas del 55% en 2025, del 60% en 2030 y del 65%

en 2035, y lograr disminuir las tasas de eliminación de estos residuos en vertedero a un máximo del 10% del total de los residuos municipales generados en 2035.

## 8) Taller online emprendimiento verde

Se trata de un taller online organizado por la Diputación Provincial de Palencia para impulsar, dinamizar y capacitar en habilidades y competencias para el desarrollo de iniciativas en el ámbito de la economía verde y circular, fomentando nuevos proyectos mediante metodologías innovadoras.

## 9) Programa Hogares Verdes

Se trata de una iniciativa que nace con la vocación de facilitar un cambio medioambiental en los espacios hogareños de la comunidad. A través de recursos y puentes que faciliten la sensibilización y preocupación por cuestiones ambientales, se pretende fomentar el aprendizaje social y el cuidado del entorno.

## 10) Creación de un Fondo para la Defensa Jurídica de la Montaña Palentina

Se trata de una iniciativa creada para defender la Montaña Palentina contra tres proyectos fotovoltaicos previstos en las zonas de Aguilar de Campoo, Salinas de Pisuerga, Cervera de Pisuerga, Barruelo de Santullán y Brañosera

### 2.2. Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de emisiones de CO2

El segundo bloque temático se encuentra destinado a la gestión eficaz y eficiente de la energía y a la reducción de emisiones de CO2, además de promover sistemas de movilidad y transporte más sostenibles. Los ámbitos de trabajo más destacables de este bloque temático se centran en el consumo de energía procedente de fuentes renovables, la existencia de un sistema de autogeneración renovable de energía, el cálculo de huella, reducción y compensación de CO2; la existencia de soluciones de movilidad compartida y no contaminante, y el impulso de sistemas de compensación en el destino.

De esta forma, mediante el proceso de diagnóstico de circularidad del sector turístico de la Montaña Palentina, **se han identificado las siguientes iniciativas en relación con la gestión eficiente de energía, movilidad y reducción de emisiones de CO2:**

#### 2.2.1. Eficiencia energética

- Jornadas Técnicas de Sostenibilidad para los Alcaldes de la Diputación de Palencia sobre “Gestión Eficiente y ahorro energético en servicios municipales: biomasa y sistemas de alumbrado público” en 2015: desde la Diputación se realizó esta jornada para resolver posibles dudas ante la implantación de sistemas leds y gestión de biomasa.
- Ayudas destinadas a la rehabilitación edificatoria para mejorar la eficiencia energética y sostenibilidad en viviendas. Dentro de los programas contenidos en el Plan Estatal de Acceso a la Vivienda 2022-2025, el Programa de fomento de la mejora de la eficiencia energética y sostenibilidad en viviendas tiene por objeto, tanto en el ámbito urbano como rural, la financiación de obras de mejora de la eficiencia energética y la sostenibilidad, con especial atención a la envolvente edificatoria en edificios de tipología residencial colectiva, y en las viviendas unifamiliares.
- Subvenciones a Ayuntamientos destinadas a la Ejecución de Actuaciones energéticas 2024: se trata de ayudas pensadas específicamente para Ayuntamientos en la provincia de Palencia con menos de 20.000 habitantes que hayan realizado una auditoría energética en los últimos 5 años, para promover e incentivar la ejecución de las actuaciones propuestas en los mismos, respecto a la mejora energética en edificios e instalaciones de titularidad pública, mediante la ejecución de obras, renovaciones o reparaciones, incluidas aquellas auditorías realizadas antes de la fecha del fin de plazo de presentación de solicitudes.
- Subvenciones destinadas a proyectos de eficiencia energética y economía circular de empresas turísticas en 2024: Turismo de Castilla y León puso a disposición de las empresas turísticas las bases reguladoras para la concesión de subvenciones destinadas a proyectos de eficiencia energética y economía circular de empresas turísticas, financiado por los fondos Next Generation.

A pesar de encontrarse algunas acciones concretas enfocadas en la eficiencia energética, las entrevistas mantenidas con diferentes agentes nos indican que existe una falta de comunicación notable a la hora de conocer la existencia de ayudas o acciones concretas enfocadas en promover la eficiencia energética en la zona. Desde dichas entidades, echan de menos una “planificación precisa a nivel comarcal” que, además, promueva las bonificaciones fiscales a la hora de conseguir obras de eficiencia energética o impulsarla entre las entidades destinadas al turismo.

### **2.2.2. Movilidad / Transporte**

En general, en la Montaña Palentina se han incrementado los puntos de carga de transporte eléctrico y se percibe una mejora respecto a la conexión de los pueblos a través del transporte público. Sin embargo, se percibe también que no se conoce lo suficiente la existencia de dichas ayudas. Actualmente, se está estudiando la posibilidad de establecer lanzaderas en destino para facilitar la movilidad. Sin embargo, requiere

de una inversión por parte de las administraciones. Desde diferentes entidades se comunica que se necesitaría un estudio de viabilidad específico a nivel de movilidad para poder mejorar el transporte con enfoque sostenible en la zona.

En el punto 8 del Plan de Sostenibilidad Turística en destino de Montaña Palentina, se especifican las siguientes actuaciones:

- Señalización y adecuación itinerarios ciclistas de conexión entre el centro de visitantes del Geoparque de las Loras (Aguilar de Campoo) y el punto de información de Villaescusa de las Torres (EN las Tuerces) y desde este último con la red de senderos (Recuevas).
- Construcción de un carril bici entre Aguilar de Campoo y la playa del Embalse de Aguilar.
- Construcción de un carril bici entre Cervera de Pisuerga y Arbejal.
- Adquisición de 20 bicicletas eléctricas y sistema de gestión para el fomento de la movilidad sostenible entre Aguilar de Campoo y el E.N. de las Tuerces.

Además, se especifica el diseño y ejecución de actividades que mejoren de manera notable la **infraestructura Ciclista Sostenible en Montaña Palentina**, a través del diseño y adecuación de senderos, y del estudio de acciones para señalar los senderos para uso ciclista y peatonal.

### **2.3. Gestión eficiente de residuos y del agua**

El tercer bloque temático diseñado dentro de la metodología del presente proyecto se encuentra especializado en la gestión eficiente de residuos y del agua. Su objetivo principal se centra en reducir la cantidad de residuos que se generan, que se reciclan y recuperan, impulsando también la gestión eficaz del agua y fomentando la cooperación de los agentes para lograr estos objetivos. Los ámbitos de trabajo más importantes de este tercer bloque temático incluyen la reducción de residuos generados o manipulados por el destino, el porcentaje de residuos reciclados y recuperados, la venta y entrega de materiales susceptibles de reciclaje, la existencia de políticas y acciones concretas de ahorro y aprovechamiento del agua, el porcentaje de reutilización del agua y la existencia de programas de concienciación destinados al visitante y al residente.

El diagnóstico de circularidad del sector turístico del destino Montaña Palentina ha permitido detectar cierto dinamismo en el desarrollo de iniciativas destinadas a la gestión eficiente de residuos, especialmente en el ámbito específico de la sensibilización sobre la importancia del reciclaje.

De esta forma, a continuación, se analizan todas las iniciativas que han sido identificadas mediante el proceso de diagnóstico de circularidad del sector turístico del destino Montaña Palentina en relación con la gestión eficiente de residuos y del agua.

### **2.3.1. Gestión ambiental / Residuos**

- Jornada sobre los retos urgentes en la gestión de los residuos municipales: El 3 de julio de 2024, tuvo lugar en Valladolid la jornada Retos Urgentes en la Gestión de Residuos Municipales. En esta Jornada se reunieron representantes de los tres niveles administrativos con competencias en materia de residuos: la Directora General de Calidad y Evaluación Ambiental del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, el Director General de Infraestructuras y Sostenibilidad Ambiental de la Consejería de Medio Ambiente, Vivienda y Ordenación del Territorio de la Junta de Castilla y León y numerosos representantes de las entidades locales a nivel provincial (Consortios de Residuos y Diputaciones), Mancomunidades y Ayuntamientos de la Comunidad. El objeto de la jornada fue conocer el diagnóstico en la gestión de residuos municipales en Castilla y León, recordar los objetivos establecidos en la normativa y asumir retos para alcanzarlos de forma coordinada. Además, se presentaron ejemplos de buenas prácticas realizadas por entidades locales de nuestra Comunidad, que han demostrado ser exitosas en el camino hacia la sostenibilidad de nuestras entidades locales.
- Jornada sobre el análisis y aplicación de la Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular: se trata de una jornada organizada por la Asociación Vallisoletana de Empresas de Gestión Ambiental y la Confederación Vallisoletana de Empresarios, e impartida por el Servicio de Residuos y Suelos Contaminados de la Junta de Castilla y León.

### **2.3.2. Gestión del agua**

El agua es uno de los recursos que más dañado se encuentra por la falta de depuración en los pueblos. La problemática principal percibida se encuentra en que cuando existe mucha afluencia turística, toda la contaminación acaba en los ríos. A continuación algunas iniciativas detalladas:

- Depuración de Montaña Palentina: se trata de una iniciativa que está empezando a ejecutarse, pero siempre desde el punto de vista de la sostenibilidad ambiental.
- SOMACIN es la empresa que gestiona las depuradoras y trabajan de manera anual en la instalación y revisión de dichas depuradoras.

- En algunos destinos, como Barruelo de Santullán, han establecido un sistema de cobro de uso de agua/residente. De esta manera intentan controlar su consumo. También se cobra a las empresas, cuyo canon es mayor.
- No se detectan jornadas específicas relacionadas con la divulgación de técnicas o información acerca del uso eficiente del agua, impulsado específicamente hacia el sector turístico.

## **2.4. Producción y consumo responsable, y oferta turística circular**

El cuarto bloque temático se encuentra destinado a analizar la capacidad de las organizaciones para producir, distribuir y consumir bienes y servicios de la forma más eficaz y sostenible posible. Así mismo, es importante mencionar que dentro de este bloque temático se analiza también la autosuficiencia de las organizaciones para el abastecimiento de materias primas, así como la contratación “verde” o circular.

Los ámbitos de trabajo del presente bloque temático se centran en analizar la existencia de proyectos para mejorar la circularidad de los productos o servicios turísticos, la existencia de una oferta turística diseñada en relación con los tres principios de la economía circular (regeneración de sistemas naturales, eliminación de residuos y emisiones, y mantenimiento de materiales en el sistema), la existencia de directrices sólidas de contratación “verde y circular”, el fomento de la innovación y la mejora continua en el producto/servicio, el impulso de una vida útil prolongada en el ámbito de las infraestructuras y equipamientos y la existencia de políticas y acciones de comunicación y promoción con valores y mensajes claros de sostenibilidad y circularidad.

A continuación, se detallan todas las iniciativas que han sido identificadas en el ámbito de la producción y el consumo responsable dentro de la Montaña Palentina, y la oferta turística circular:

### **2.4.1. Producción y consumo**

Dentro de la Diputación Provincial de Palencia no se encuentra una ley determinada que tenga el objeto de regular el uso estratégico de la contratación del sector público en Castilla y León o, en concreto, la Diputación Provincial de Palencia. Sin embargo, se encuentra la referencia a un acuerdo realizado en 2016 y presente en el BOE de 25 de julio de 2016 de Castilla y León, que establece la necesidad de avanzar en la incorporación de cláusulas sociales dentro de la contratación pública de la CCAA en la que se dispone a incluir a las empresas de inserción sociolaboral dentro de la reserva de contratos, además de crear un banco de buenas prácticas con el objetivo de fomentar la incorporación de aspectos sociales en la contratación.

Además del interés de promover el factor social dentro de la contratación pública, se identifican las siguientes iniciativas:

- Marca de Calidad “**Alimentos de Palencia**”: se trata de una iniciativa que promueve el producto y empresas locales como iniciativa de la Diputación de Palencia para promover difundir la calidad del sector agroalimentario de Palencia.

## **2.5. Análisis de madurez de la Montaña Palentina en materia de economía circular**

En este apartado final del diagnóstico, se incorpora información procedente del análisis de experiencias directas obtenidas con los diferentes agentes del destino, así como las conclusiones de las visitas personalizadas a las empresas del destino con las que se ha trabajado en el marco del presente proyecto.

En relación con la transición del sector turístico de Montaña Palentina hacia la economía circular, objeto del presente proyecto, se ha realizado una selección de tres empresas turísticas del destino, con el objetivo de elaborar un diagnóstico sobre su situación actual con respecto a la circularidad. Con este propósito se ha realizado en cada una de estas empresas un cuestionario mediante el que se ha indagado sobre las prácticas en cada uno de los cuatro grandes ejes definidos en la metodología del proyecto.

Si bien, los resultados globales obtenidos para el conjunto de las empresas analizadas no son suficientemente representativos del conjunto del sector turístico del destino Montaña Palentina, no obstante, la diversidad de las empresas seleccionadas, por su tipología, dimensión, y subsector, permite inferir que estos resultados definen con una gran aproximación la situación actual de la transición del sector turístico del destino a la economía circular. Además, se incorporará el *feedback* obtenido a través de las entrevistas a diferentes agentes institucionales relacionados con el sector a analizar. En este sentido, los datos obtenidos por eje son los siguientes:

### **Eje 1. Estrategia, gestión y planificación del turismo circular**

Resulta relevante destacar el conocimiento existente en lo que refiere a principios de economía circular en las entidades y representantes de municipios de la Diputación de Palencia. En este caso, sobre todo refiriéndonos a los conceptos y aplicabilidad, sobre todo en entidades que trabajan en materia de protección de la biodiversidad. Sin embargo, a pesar de conocer las tendencias generales que rodean el ámbito de la

circularidad, resulta importante resaltar que falta conocimiento sobre posibles acciones que sirvan de aplicación directa de cara a ciudadanía y empresas.

En general, merece la pena destacar que la sensación general es de una falta de un plan de acción alineado a nivel de Diputación y región, que apoye y promueva la sostenibilidad de manera clara. Se tiene la percepción de que se intenta impulsar, pero no de manera unificada, lo que dificulta el acceso a la información clara o a traccionar posibles ideas que sirvieran de motor para promover la circularidad local.

La mayoría de las entidades entrevistadas demuestran un alto compromiso en cuanto al desarrollo de acciones concretas orientadas a mejorar el impacto ambiental, sin embargo, se requiere profundizar en el ámbito de la circularidad para poder promover el conocimiento entre sociedad y tejido empresarial. Dicho conocimiento se refiere a la circularidad más allá del reciclaje o la eficiencia energética, sino también aspectos como el modelo de negocio empresarial, el uso eficiente de recursos, la reducción de emisiones o una correcta comunicación con *stakeholders*.

Los municipios entrevistados, por ejemplo, muestran interés en la realización de acciones relativas al uso adecuado de recursos o la eficiencia energética, pero coinciden en la falta de un plan actualizado y al día para todos. Además, se destaca la necesidad del acompañamiento a los municipios y al destino en general de la Montaña Palentina para poder mejorar su sostenibilidad.

En todas se identifica escasez de recursos económicos y humanos para poder ejecutar positivamente cualquier acción relacionada con este aspecto.

Algo que también destacan todas las entidades y personas entrevistadas es la necesidad de una guía o plan de gestión propio de la Montaña Palentina donde todos los actores de interés puedan coincidir para expresar opiniones y poner puntos en común que sirvan de motor para el impulso de la circularidad.

## **Eje 2. Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción del CO2**

Casi todas las entidades y personas resaltan que el ámbito de la movilidad es un trabajo pendiente, ya que cuando llega la temporada turística -aunque no se percibe aglomeración de coches en parkings- el transporte público es muy deficiente.

Respecto a la reducción del CO2, todos los agentes entrevistados destacan que no se está realizando ningún trabajo específico para ayudar a reducir las emisiones de GEI en el destino Montaña Palentina, algo especialmente destacable ya que la Unión Europea marca objetivos específicos respecto a las emisiones para 2030 y 2050.

El conjunto de las entidades y personas entrevistadas muestran un profundo interés en mejorar la eficiencia energética del destino aunque, destacan que no se lleva a cabo un control de qué es lo que se consume y su posible optimización.

### **Eje 3. Gestión eficiente de residuos y del agua**

En términos generales, todas las entidades y personas entrevistadas en este análisis resaltan la necesidad de establecer un control de la contaminación generada por el turismo y las poblaciones que viven o rodean al destino de Montaña Palentina. El ecosistema se encuentra degradado, según diversas entidades, por la falta de depuración de los pueblos. Resaltan también que cuando el turismo aflora durante la temporada, la contaminación se agrava de manera notable.

Además, destacan la necesidad de formar y capacitar en materia de uso responsable, ya que se trata de una zona que sufre de sequía y escasez hidrológica. Destacan la existencia de una reserva hidrológica actual que cubre las necesidades de turismo y población. Sin embargo, si el cambio climático agrava las condiciones meteorológicas, no descartan quedarse sin este recurso.

Destacan también que no se lleva a cabo la medición de generación de residuos o consumos de agua, y tampoco se lleva a cabo ningún plan de acción concreto y formalizado de manera particular en cada empresa a la hora de gestionar ambos ámbitos.

Sin embargo, se hace alusión a que existen empresas que participan en el reciclaje de los residuos y que en la Montaña Palentina se encuentran instalados contenedores para la adecuada segregación de residuos. No se lleva un control concreto de si la segregación se hace de manera adecuada.

Y, en relación con el desperdicio alimentario, no existe un control concreto de este ámbito en relación con la sostenibilidad o la circularidad.

### **Eje 4. Producción y consumo responsable**

No se encuentran políticas de compras verdes documentadas en las que se definan requisitos específicos de sostenibilidad y economía circular manera sistemática. No obstante, es iniciativa común y motivación general el buscar promover el reciclaje y fomentar el consumo local como prioridad a la hora de ofrecérselo al sector turístico.

Existe un sello de calidad para el producto gastronómico local, pero varias entidades destacan que las empresas no encuentran motivación para sumarse a la iniciativa ya que no tienen beneficios ni visibilidad real a raíz de ello.

## 2.6. Análisis DAFO

El análisis DAFO de la circularidad del sector turístico de la Montaña Palentina, se fundamenta en el objetivo principal del proyecto, que es impulsar la transición del sector turístico de la comarca hacia la economía circular. Un modelo económico que es una tarea de administraciones, pero también de empresas y ciudadanía.

Sirviéndonos del análisis de los resultados obtenidos en base a las entrevistas con diferentes agentes involucrados en esta transición circular en la Diputación Provincial de Palencia y en el destino como tal, de la revisión y examen de los documentos recopilados sobre sostenibilidad y economía circular, así como también de los resultados generados en el trabajo con las empresas seleccionadas, y por último con el análisis PESTEL realizado, se identifican a continuación las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de este ecosistema circular relacionado con el sector turístico de la Montaña Palentina.

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Existencia de una estrategia turística que contempla la sostenibilidad como uno de los principios que sustenta el modelo de desarrollo.</li> <li>– Apuesta de la Diputación Palentina por impulsar un posicionamiento de sostenibilidad y ecoturismo.</li> <li>– Voluntad y predisposición del sector turístico de Montaña Palentina por incorporar la sostenibilidad a sus modelos de negocio y avanzar en la transición hacia la economía circular.</li> <li>– Promoción del consumo local y de temporada, tanto en el sector hotelero como restaurador.</li> <li>– Entorno natural atractivo, base de buena parte de las propuestas turísticas.</li> <li>– Cliente que busca el turismo rural como base para su estancia turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Consolidación de España como destino turístico refugio, con crecimientos sostenidos en la llegada de visitantes internacionales en 2023.</li> <li>– Consolidación del turismo al aire libre como una de las experiencias más demandadas.</li> <li>– Interés sociopolítico creciente en la implantación de un modelo turístico más sostenible y circular como consecuencia del contexto generado a raíz de la pandemia del COVID-19. Los turistas están cada vez más concienciados e interesados en modelos de consumo sostenible, mientras que, el sector turístico (destinos, alojamientos, restauración y empresas turísticas) está poniendo progresivamente el foco en la</li> </ul>

– Gran diversidad y riqueza del territorio.

sostenibilidad y en la reorientación de su propuesta de valor.

- El Ministerio de Industria y Turismo y las comunidades autónomas han acordado el reparto de 183 millones de euros en ayudas para la sostenibilidad social, eficiencia energética y digitalización del sector turístico en la Conferencia Sectorial de Turismo celebrada en diciembre de 2023
- Existen importantes mecanismos facilitadores de la transición, entre los que destacan especialmente los extraordinarios recursos financieros para la implantación de modelos circulares que están mayoritariamente canalizados a través de los propios planes nacionales de recuperación y resiliencia en base a los fondos de Next Generation EU.
- Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) de Economía Circular.
- La Diputación de Palencia se encuentra impulsando la circularidad del destino Montaña Palentina a través de este proyecto.
- Nuevas normativas que serán de obligado cumplimiento en pocos años. Su obligatoriedad impulsará el conocimiento e implantación de medidas de circularidad y pondrá en mejor situación a aquellas empresas – y destinos – que estén ya trabajando en esta línea.
- Instalación de más puntos de recarga de vehículos eléctricos y electrolineras.
- Nueva Ley de Movilidad Sostenible
- Localización estratégica y controlada como para establecer planes de control de circularidad.

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Falta conocimiento en el sector turístico del Destino Montaña Palentina de qué es economía circular y qué es un modelo económico circular, si bien sí se atisba o se perciba el beneficio económico y social de la circularidad.</li> <li>– Dificultades administrativas – legales</li> <li>– Falta de comunicación alineada entre todas las entidades y empresas sobre las necesidades para avanzar en economía circular, ayudas que se ponen en circulación o novedades legislativas que afectan a la región.</li> <li>– Falta de apoyo y espíritu cooperativo en las administraciones desde la percepción de las entidades y empresas</li> <li>– Masificación y deterioro de algunos enclaves y recursos debido a la falta de cuidado previo.</li> <li>– Falta de conocimiento, formación y capacitación sobre cómo implementar principios de economía circular en las empresas del sector turístico.</li> <li>– Falta conocimiento en el sector turístico sobre las tendencias en materia de políticas públicas, legislación, normativa y financiación, en materia de economía circular.</li> <li>– Reducida dimensión de las empresas, lo cual dificulta el poder destinar recursos humanos, económicos o temporales a la economía circular.</li> <li>– Las empresas no ven un beneficio directo</li> <li>– No existen unos indicadores circularidad y sostenibilidad como sector, aunque el Plan de Sostenibilidad Turística y la Carta Europea de Turismo tiene previsto trabajar en ello.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Incertidumbre por las futuras campañas turísticas.</li> <li>– Posibilidad de pérdida de interés por la confusión de términos, proyectos e iniciativas.</li> <li>– Falta de información unificada en la región acerca del avance en materia de economía circular</li> <li>– Estacionalidad turística</li> <li>– Cese de usos tradicionales (cultura campesina)</li> <li>– Miedo a emprender nuevas iniciativas</li> <li>– Insuficiente grado de profesionalización.</li> <li>– Insuficiente grado de implicación por parte de las entidades e instituciones.</li> <li>– Falta de soluciones asequibles en el mercado para poner en marcha proyectos de circularidad</li> <li>– El evidente cambio climático, que pudiera generar eco-ansiedad en las empresas y en la demanda, y el abandono de las prácticas de eficiencia energética, reducción del desperdicio y del impacto, etc.</li> <li>– Proliferación del <i>greenwashing</i>, que provoque una desafección de los grupos de interés por la sostenibilidad y la economía circular.</li> <li>– Cambios normativos en el marco regional, estatal y comunitario (residuos, subproductos, plástico, bajas emisiones en las ciudades)</li> <li>– Dificultad para acceder a incentivos económicos.</li> <li>– Falta de sensibilización de los clientes</li> <li>– Precios elevados de algunas inversiones en sostenibilidad y circularidad.</li> </ul>

- Ausencia de datos agregados sobre el sector para la realización de un mapa de flujos (materiales y residuos)
- Existencia de pocas iniciativas públicas, privadas y asociativas relacionadas con la sostenibilidad y con la economía circular, pero sin un relato común y una visión de sistema.
- La ubicación del destino y las comunicaciones con transporte público dificultan la llegada de visitantes si no es con vehículo privado.

## 2.7. Análisis PESTEL

Una vez desarrollado el Análisis DAFO desde una perspectiva centrada en el ámbito territorial específico del destino Montaña Palentina, a continuación, se presenta el **Análisis PESTEL** que reúne una serie de macro tendencias desde la perspectiva política, económica, sociocultural, tecnológica, ecológica y legal que afectan al proceso de transición del sector turístico de la comarca hacia una economía circular.

FACTORES	DESCRIPCIÓN
<b>POLÍTICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existencia de acuerdos internacionales de elevada importancia estratégica en el ámbito de la sostenibilidad que refuerzan la apuesta por la economía circular, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) pertenecientes a la Agenda 2030 de la ONU, el Acuerdo de París y el Pacto Verde Europeo (<i>European Green Deal</i><sup>37</sup>). Aunque los <b>Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</b> no son legalmente vinculantes, han adquirido una elevada importancia en las agendas internacionales de los 193 países firmantes y representan una apuesta por el refuerzo de las políticas de sostenibilidad, impulsando también el desarrollo de estrategias de economía circular. Adicionalmente, el diseño de políticas de circularidad permite contribuir al cumplimiento de los objetivos del <b>Acuerdo de París</b><sup>38</sup>, que representa un tratado internacional sobre cambio climático que es jurídicamente vinculante. Por su parte, el <b>Pacto Verde Europeo</b><sup>39</sup> permite avanzar en el uso eficiente de los recursos y</li> </ul>

<sup>37</sup> [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_es](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es)

<sup>38</sup> <https://unfccc.int/es/acerca-de-las-ndc/el-acuerdo-de-paris#:~:text=El%20Acuerdo%20de%20Par%C3%ADs%20es,4%20de%20noviembre%20de%202016.>

<sup>39</sup> <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/green-deal/>

por lo tanto se vincula directamente con los objetivos más importantes del desarrollo de políticas basadas en la economía circular.

- En el ámbito comunitario destaca desperdicio alimentario, materias primas críticas, construcción y demolición, biomasa y productos con base biológica). Así mismo, continuando con las acciones realizadas desde 2015, la Comisión Europea lanzó en 2018 la Estrategia Europea para el Plástico en una Economía Circular y la Estrategia de Sostenibilidad para las Sustancias Químicas. Igualmente, también es importante mencionar el lanzamiento del Plan de Acción sobre Economía Circular 2020<sup>40</sup>, que constituye uno de los principales elementos incluidos en el Pacto Verde Europeo. De esta forma, se puede confirmar la apuesta de la Unión Europea por el desarrollo de políticas públicas en el ámbito de la economía circular.

## ECONÓMICOS

- El **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)**<sup>41</sup> del Gobierno de España se encuentra inspirado en la Agenda 2030 y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Así, a través de los fondos europeos *Next Generation EU*, el Gobierno de España ha diseñado un plan para activar la recuperación económica después de la irrupción de la pandemia del Covid-19, abordando las grandes transformaciones estructurales que tiene pendiente la economía española, prestando atención especialmente a la transición verde y a la transformación digital. De esta forma, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) se ha convertido en un instrumento financiero de elevada importancia para impulsar proyectos relacionados con el impulso de la sostenibilidad y la circularidad. Así mismo, es importante mencionar que el día 2 de octubre de 2023 la Comisión Europea aprobó la Adenda al Plan de Recuperación, que permitirá movilizar la totalidad de los recursos asignados a España procedentes de los fondos europeos *Next Generation EU*. La Comisión Europea ha destacado que el plan permite hacer frente a los desafíos del contexto internacional y energético en particular, representando una respuesta equilibrada a la situación económica y social. En total, el Plan de Recuperación permitirá movilizar hasta 163.000 millones de euros en el periodo 2021-2026, lo que supone una oportunidad excepcional

<sup>40</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip\\_20\\_420](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_420)

<sup>41</sup> <https://planderecuperacion.gob.es/>

	<p>para impulsar proyectos relacionados con la sostenibilidad y circularidad en turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– No obstante, la <b>atomización del sector turístico español</b>, compuesto por un elevado número de pymes y micropymes, podría complicar la aplicación de algunos principios de la economía circular, como por ejemplo la simbiosis industrial. Es decir, desde una perspectiva práctica y operacional se considera complicado que el tejido empresarial de un destino turístico, compuesto por un gran número de microempresas, avance hacia la creación de relaciones basadas en el concepto de simbiosis industrial. Además, desde una perspectiva más global, la estructura empresarial del sector turístico español ha generado tradicionalmente ciertas dificultades para adaptarse a los cambios del mercado y para posicionarse adecuadamente en los mercados emisores de turismo.</li></ul>
<b>SOCIOCULTURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Existe una <b>falta de conocimiento sobre el concepto de economía circular a nivel de ciudadanía</b>, lo que se traduce en una mayor necesidad de desarrollar campañas de información y sensibilización desde la perspectiva institucional. Además, es importante destacar que las campañas de sensibilización deberían realizar un esfuerzo por demostrar las aplicaciones prácticas del concepto de economía circular con el objetivo de proporcionar credibilidad a la necesidad de abordar la transición del sistema turístico hacia la circularidad.</li><li>– Desde la perspectiva empresarial, <b>se ha detectado una importante indecisión</b> respecto a la necesidad de avanzar en la transformación de la economía lineal hacia un modelo circular, dado que existen dificultades para que los empresarios realicen inversiones en materia de circularidad. Por lo tanto, se puede afirmar que existe una necesidad de acompañamiento institucional para abordar la transición hacia un modelo de economía circular.</li><li>– Atendiendo a los resultados de la encuesta <b>“Have your say. Shape your future”</b> realizada en 2020 en el marco del Pacto Mundial de Naciones Unidas<sup>42</sup>, los participantes consideraron esencial priorizar el acceso a la salud, hacer frente a la emergencia climática de manera urgente y reformular el sistema económico global. Más específicamente, los ciudadanos españoles consideraron que en 2045 el mundo debería estar</li></ul>

<sup>42</sup> <https://www.pactomundial.org/noticia/los-riesgos-sanitarios-y-medioambientales-principales-preocupaciones-de-los-profesionales-espanoles-en-la-era-post-covid/>

	<p>construido sobre sistemas de producción y consumo sostenibles, priorizando una mayor protección de los ecosistemas y fomentando el respeto a los derechos humanos. Sin embargo, desde una perspectiva más realista, la mitad de los encuestados piensa que los ciudadanos vivirán peor en el futuro como consecuencia de las grandes tendencias globales: el cambio climático y los asuntos medioambientales (28%), los riesgos sanitarios (16%) y las migraciones forzadas (13%). La encuesta fue completada por más de 10.870 usuarios de la comunidad empresarial a nivel global y más de 600 en España.</p>
<b>TECNOLÓGICOS</b>	<p>– La <b>revolución tecnológica y la transformación digital</b> representan un factor clave para avanzar en la transición de la economía hacia un modelo de circularidad, reforzando también la competitividad de las empresas. En la actualidad, existen ciertas soluciones tecnológicas que desempeñarán un papel fundamental en la promoción de iniciativas de economía circular: Inteligencia Artificial, acceso digital, trabajo colaborativo en la nube, computación cognitiva, blockchain, Internet de alta velocidad, Internet de las Cosas, realidad virtual, Big Data y ciberseguridad. De todas las soluciones tecnológicas mencionadas, el trabajo colaborativo en la nube, la computación cognitiva y el Internet de las Cosas son las que están impulsando las mayores transformaciones. En efecto, considerando el informe <i>“Creating a Digital Roadmap for a Circular Economy”</i>, elaborado por el <i>European Policy Centre (EPC<sup>43</sup>)</i>, existen tres enfoques para aplicar la digitalización en la transición hacia una economía circular: mejorar las conexiones y el intercambio de información, hacer que los productos, procesos y servicios sean más circulares; y empoderar a la ciudadanía y a los consumidores. La revolución tecnológica tendrá también un papel fundamental para conseguir que los productos sean remanufacturados, reutilizados o reciclados en su totalidad, avanzando en la aplicación de los criterios de economía circular.</p>
<b>AMBIENTALES</b>	<p>– Durante el proceso de diagnóstico de circularidad de la Montaña Palentina <b>se han identificado una serie de iniciativas que suponen un refuerzo de la dimensión medioambiental</b> de la sostenibilidad y de los factores ecológicos que se están analizando en el presente informe, destacando los siguientes</p>

<sup>43</sup> <https://www.epc.eu/en/Publications/Creating-a-digital-roadmap-for-a-circular-economy~26d180>

proyectos: la Red de Espacios Naturales, Centro de Interpretación de la Minería. Además, cabe destacar la adhesión de varias empresas a la Carta Europea de Turismo Sostenible.

## LEGALES

- Dentro de los factores legales destaca la aprobación por parte del Consejo de Ministros del Gobierno de España de la **Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario**<sup>44</sup>, que tiene como objetivo evitar la pérdida de alimentos en toda la cadena alimentaria, desde la cosecha hasta el consumo. Así, las empresas que conforman la cadena alimentaria deberán disponer de un plan de prevención para minimizar las pérdidas de alimentos a partir de un proceso de autodiagnóstico y conforme a una jerarquía de usos en la que tendrá prioridad el consumo humano.
- Adicionalmente, se deben mencionar las siguientes cuestiones legales en el **ámbito de la gestión de residuos**: Responsabilidad ampliada de los productores y tendencia a legislar de forma específica dependiendo del tipo de residuos, destacando la propuesta de un nuevo marco regulatorio para las baterías, así como la nueva estrategia europea de textiles. Además, se ha detectado una tendencia hacia la revisión de normativas incluyendo objetivos más ambiciosos y nuevos requisitos, considerando ámbitos como el fin del ciclo de vida de los vehículos, la revisión de normativas para el tratamiento adecuado de los residuos de aceites, así como la revisión de normas sobre el traslado de residuos. Así mismo, se puede destacar la existencia de objetivos más ambiciosos en materia de gestión de envases y el desarrollo de nuevas metodologías para rastrear y minimizar la presencia de sustancias preocupantes en materiales reciclados. Además, se debe hacer referencia a la existencia de modelos armonizados a escala de la Unión Europea para la recogida selectiva de residuos y el etiquetado.
- Desde la perspectiva de la **comunicación**, se debe mencionar la existencia de una propuesta legislativa para evitar el *Greenwashing*, que se refiere a la técnica de marketing utilizada para engañar a los consumidores haciéndoles creer que un producto o servicio es respetuoso con el medio ambiente.

<sup>44</sup> [https://www.mapa.gob.es/es/prensa/240109cmproyectoleydesperdicioalimentario\\_tcm30-673094.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/prensa/240109cmproyectoleydesperdicioalimentario_tcm30-673094.pdf)

- Desde la óptica del **sector de la construcción**, se han desarrollado procesos de armonización legislativa para la utilización de materiales más sostenibles, impulsando también la eficiencia energética de los edificios y las certificaciones energéticas.
- En el ámbito de la **lucha contra el cambio climático**, desde la perspectiva legislativa se está fomentando el uso de energías renovables, la utilización de nuevas fuentes de energía como el hidrógeno y el cálculo de la huella de carbono y las emisiones evitadas.
- En relación con los **materiales plásticos**, se han introducido restricciones a los micro plásticos añadidos y además se han impulsado políticas para la utilización de plásticos de origen biológico y plásticos biodegradables. Igualmente, se han establecido requisitos obligatorios sobre el contenido del plástico reciclado y se han introducido medidas para la reducción de residuos plásticos.
- En relación con las **emisiones de gases de efecto invernadero**, destaca la Revisión de la Directiva de Emisiones Industriales (BREF) y desde la perspectiva de la **gobernanza** se ha desarrollado una propuesta legislativa para el empoderamiento de consumidores en la transición energética, así como una propuesta para regular las “reclamaciones verdes” de los usuarios.

### 3. GRUPOS DE INTERÉS PARA LA TRANSICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

Los grupos de interés son “los grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial y, por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de esta” (Freeman, 1983).

Se ha realizado un análisis de los diferentes grupos de interés, con el objeto de conocer las necesidades y expectativas de los mismos en torno al proyecto de aplicación de la economía circular en el sector turístico de la Montaña Palentina.

La siguiente tabla muestra los grupos de interés identificados, con una evaluación de cada uno de ellos respecto al proyecto (implementación de la hoja de ruta de economía circular en el sector) según:

- cómo afectaría el grupo de interés al proyecto (afección)
- cómo afectaría el proyecto al grupo de interés (impacto)

<b>Grupo de Interés</b>	<b>Afección</b> (Cómo afectaría el grupo de interés al proyecto)	<b>Impacto</b> (Cómo afectaría el proyecto al grupo de interés)
<b>Administración Pública</b> (Junta de Castilla y León, Diputación de Palencia, Comarca, Ayuntamientos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Líderes del proceso</li> <li>- Requisitos concretos en otras estrategias</li> <li>- Pueden actuar como Financiador</li> <li>- Proveedor de legislación</li> <li>- Proveedor de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proyecto pionero y prueba piloto para la transformación del sector turístico hacia una economía circular</li> <li>- El proyecto servirá para definir políticas, regulaciones e instrumentos de financiación en el futuro</li> <li>- Impacto en indicadores relacionados con sostenibilidad, economía circular y medio ambiente</li> </ul>
<b>Asociaciones específicas</b> (hostelería, turísticas,)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pueden ser promotores o detractores</li> <li>- Hacer llegar el proyecto a los asociados</li> <li>- Ayuda para desarrollo de herramientas, ....</li> <li>- Conocimiento específico de la actividad y sector</li> <li>- Proveedor de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reputación</li> <li>- Confiabilidad</li> <li>- Adaptación al futuro</li> <li>- Financiación</li> <li>- Nuevos modelos de negocio</li> <li>- Reconocimiento</li> <li>- Participación en proyecto pionero</li> </ul>
<b>Entidades Locales Desarrollo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pueden impulsar el proyecto</li> <li>- Hacer llegar el proyecto al territorio</li> <li>- Conocimiento específico del territorio, oportunidades, barreras, dificultades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de actividad y empleo</li> <li>- Adaptación al futuro</li> <li>- Financiación</li> <li>- Reconocimiento</li> <li>- Participación en proyecto</li> </ul>

	– Proveedor de datos	pionero
<b>Empresas Sector</b> (establecimientos hoteleros, alojamientos rurales, restauración)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Agente clave para el desarrollo del proyecto</li> <li>– Son encargados de implementación y transformación hacia una economía circular</li> <li>– Proveedor de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reputación</li> <li>– Confiabilidad</li> <li>– Adaptación al futuro</li> <li>– Financiación</li> <li>– Nuevos modelos de negocio</li> <li>– Reconocimiento</li> <li>– Participación en proyecto pionero</li> <li>– Posicionamiento en el sector como referente en sostenibilidad y economía circular</li> <li>– Reducción de costes e impactos ambientales (huella de carbono)</li> </ul>
<b>Productores Locales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Agente clave para el desarrollo del proyecto</li> <li>– Son encargados de implementación y transformación hacia una economía circular</li> <li>– Proveedor de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reputación</li> <li>– Confiabilidad</li> <li>– Adaptación al futuro</li> <li>– Financiación</li> <li>– Nuevos modelos de negocio</li> <li>– Reconocimiento</li> <li>– Participación en proyecto pionero</li> <li>– Posicionamiento en el sector como referente en sostenibilidad y economía circular</li> <li>– Reducción de costes e impactos ambientales (huella de carbono)</li> </ul>
<b>Mancomunidades y Gestores de Residuos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Agente clave para el desarrollo del proyecto</li> <li>– Pueden impulsar el proyecto</li> <li>– Conocimiento específico del territorio, oportunidades, barreras, dificultades</li> <li>– Proveedor de datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Reputación</li> <li>– Confiabilidad</li> <li>– Adaptación al futuro</li> <li>– Financiación</li> <li>– Nuevos modelos de negocio</li> <li>– Reconocimiento</li> <li>– Participación en proyecto pionero</li> </ul>
<b>Personas Usuarias/ Clientela</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Necesidad de satisfacción de usuarios y clientela</li> <li>– El proyecto tiene que asegurar los requisitos de usuarios y clientes</li> <li>– Cooperación para la transición hacia la economía circular</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Oferta de turismo circular y sostenible</li> </ul>
<b>Centros de formación y emprendimiento</b> (Universidades, Formación profesional Escuelas específicas...)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Proveer de conocimiento y datos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Proveer contenidos, buenas prácticas, experiencias y metodologías como input para formación y fomento de emprendimiento en sostenibilidad y economía circular</li> </ul>

## 4. DEFINICIÓN DE LA VISIÓN CIRCULAR DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA

### 4.1. Visión turística de la Montaña Palentina

La Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina describe la visión del destino de la forma siguiente:

"La Montaña Palentina es un destino de montaña de **escala humana, accesible para todo tipo de públicos, y en el que se puede disfrutar durante todo el año.**

Se trata de un territorio que se ha preocupado por la protección y la conservación de una extraordinaria **biodiversidad**, que cuenta con un paisaje singular, en el que destaca el **Parque Natural** de la Montaña Palentina, y en el que puedes recorrer los **picos más altos y los miradores más impactantes de la Cordillera Cantábrica, densos bosques** de roble, haya, pino albar, acebo, castaño y tejo, **lagos y embalses** o el **nacimiento de ríos simbólicos** como el Pisuerga.

Un lugar donde **puedes realizar actividades** como el senderismo, la escalada o el ciclismo y observar **especies icónicas de la fauna ibérica** como el oso pardo, el lobo, el ciervo o el águila real.

Asimismo, la Montaña Palentina acoge la **mayor concentración de patrimonio románico de Europa, pueblos** monumentales como Cervera de Pisuerga o Aguilar de Campoo, piezas de **arqueología industrial** que recuerdan el **pasado minero** del territorio, o sendas míticas como el **Camino Olvidado de Santiago**. En este sentido, es también el lugar de un proyecto cultural emblemático como la **Fundación Santa María La Mayor**.

Por otra parte, en la Montaña Palentina **la vida corre a otro ritmo**. Un lugar para **descansar de forma activa**, para desconectar, para **descubrir tradiciones locales**, y disfrutar de la **autenticidad** de un **territorio alejado de la masificación** de otros destinos turísticos.

Por todos estos motivos, la Montaña Palentina se ha convertido en **un lugar único** para **conectar** con la **población local**, con la **naturaleza**, con las **tradiciones rurales**, con la **cultura**, y con la recia **gastronomía de montaña**."

### 4.2. Orientación estratégica de la circularidad en el sector turístico de la Montaña Palentina

Tras la realización del diagnóstico, se propone la orientación estratégica de la transición del sector hacia la economía circular, la propuesta de objetivos estratégicos y la

identificación de acciones estratégicas concluyendo con la propuesta de hoja de ruta hacia la economía circular del sector del turismo en la Montaña Palentina.

El fin que persigue la definición y posterior implementación de la hoja de ruta hacia la economía circular se puede resumir en:

- Preparar el sector para su adaptación a las tendencias en circularidad del mercado, tecnologías, legislativas, etc.
- Desarrollo de una circularidad sostenible real que asegure los compromisos del destino.
- Identificación continua de oportunidades, ideas innovadoras, sostenibles y circulares y puesta en valor de buenas prácticas.

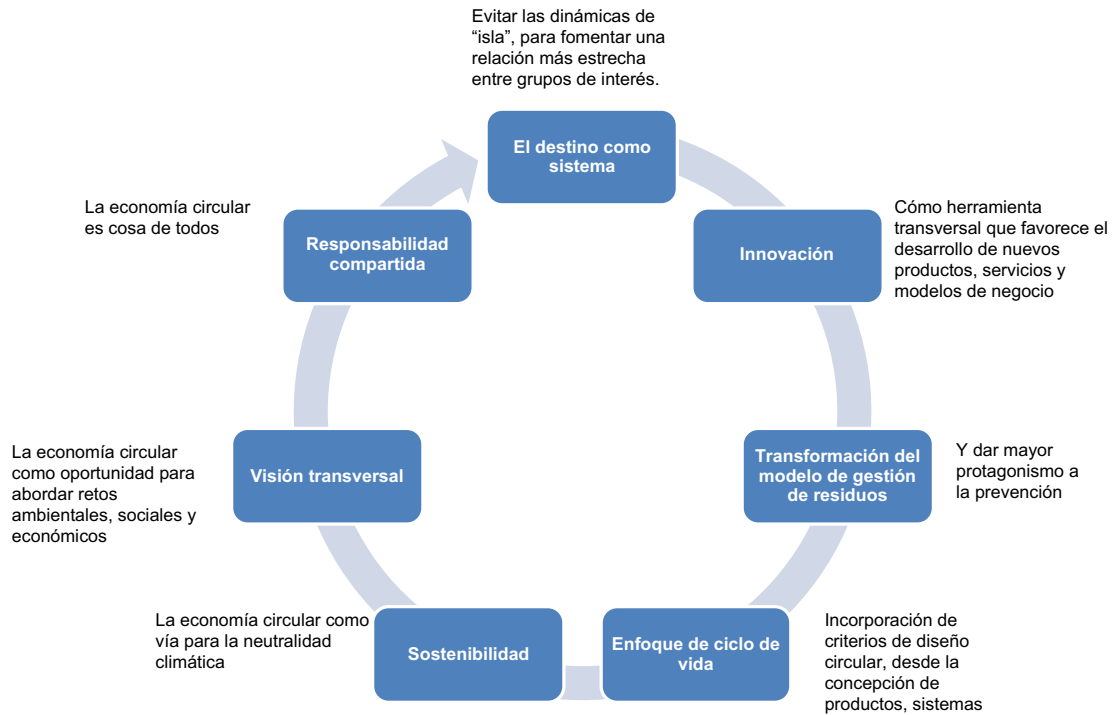
Esta hoja de ruta persigue que el modelo económico del sector turístico de la Montaña Palentina se transforme hacia un modelo económico más circular, que asegure un futuro sostenible.

En este sentido, y alineados con la Estrategia Española de Economía circular 2030, y la Estrategia de Economía Circular de Castilla y León, y con la visión y objetivos del destino y del Plan de Sostenibilidad Turística, se definen a continuación los **principios que la hoja de ruta hacia una economía circular del sector turístico de la Montaña Palentina:**

- **El destino como sistema:** Evitar las dinámicas de “isla”, para fomentar una relación más estrecha entre grupos de interés, acortar ciclos y generación de auténticas sinergias entre ellos.
- **Innovación.** Cómo herramienta transversal que favorece el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio; y que contempla el territorio como laboratorio demostrador de innovación.
- **Acelerar la transformación del modelo de gestión de residuos y dar mayor protagonismo a la prevención,** logrando mayores avances en las fases iniciales del ciclo productivo de ecodiseño, ecoinnovación, etc.
- **Enfoque de ciclo de vida.** Incorporación de criterios de ecodiseño y ecoeficiencia, facilitar la prolongación de la vida útil mediante la mejora de la *reparabilidad* de los bienes producidos y la durabilidad, posibilitar la valorización al final de ésta. Este enfoque es aplicable tanto al ciclo natural –recursos naturales renovables- como al tecnológico –materias no renovables.
- **Sostenibilidad.** De la economía sostenible a la regenerativa, la economía circular como prerrequisito de neutralidad climática.
- **Visión transversal.** Más allá de los residuos, la economía circular ha de ser un paradigma que impregne todas las políticas municipales.

- **Responsabilidad compartida.** Entre administraciones, sociedad civil, tejido productivo, los centros educativos, con un papel importante de la universidad como centro de formación, investigación y transferencia de conocimiento.

**FIGURA 4.1. Principios de la hoja de ruta de EC de la Montaña Palentina**



Fuente: elaboración propia

### 4.3. Definición de objetivos, planificación y mecanismos de gobernanza

Sobre la base del diagnóstico realizado, y alineando la presente propuesta al Plan de Sostenibilidad en Destino Turístico de la Montaña Palentina, se definen los siguientes objetivos estratégicos:

EJE ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO
<b>Estrategia, gestión y planificación del turismo circular</b>	Fomento de la economía circular en el sector turístico
	Creación del Grupo Motor de economía circular en la Montaña Palentina
	Incentivos a la implementación de medidas de circularidad
	Optimizar la eficiencia del consumo energético entre las empresas del sector turístico

<b>Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de CO2</b>	Fomento de la movilidad con menos emisiones
	Cálculo de la huella y programas de compensación
<b>Gestión eficiente de residuos y del agua</b>	Reducción de la generación de residuos y desperdicio alimentario
	Promover el ahorro, la reutilización y la optimización del aprovechamiento de los recursos hídricos
<b>Producción y consumo responsable, y oferta turística circular</b>	Fomento del consumo sostenible y circular por parte de los visitantes al destino
	Apoyo a la extensión de la vida útil de equipos e instalaciones
	Promover el desarrollo de productos turísticos con visión circular
	Fomento de la compra verde y circular

La Hoja de Ruta para la transición del sector turístico de la Montaña Palentina debe contar con mecanismos que permitan la correcta ejecución de sus acciones, su difusión, su seguimiento y evaluación, y las propuestas de actualización y modificación que en su caso resulten necesarias, facilitando la involucración de todos los actores y agentes del ecosistema. Se trata de canalizar la acción de todos estos agentes, tanto internos como externos a la propia Montaña Palentina, en su progreso hacia la implantación de la economía circular.

En definitiva, es preciso disponer de los instrumentos necesarios para la coordinación de los agentes más representativos, así como establecer los principales indicadores que permitan un correcto seguimiento de la ejecución del plan y, por tanto, de la consecución de los objetivos estratégicos en él incluidos. Todo ello, sin olvidar la necesidad de revisar, evaluar y en su caso modificar el propio plan como parte de un proceso continuo.

Para ello, se identifican los siguientes mecanismos de coordinación y seguimiento:

NIVEL	FUNCIÓN	PERFIL
<b>Ejecución de la Hoja de ruta</b>	Coordinar la ejecución, difusión, seguimiento y evaluación de la Hoja de Ruta para la transición del sector turístico de la Montaña	– Comarca, Mancomunidades y Municipios de la Montaña Palentina
		– Diputación Provincial de Palencia

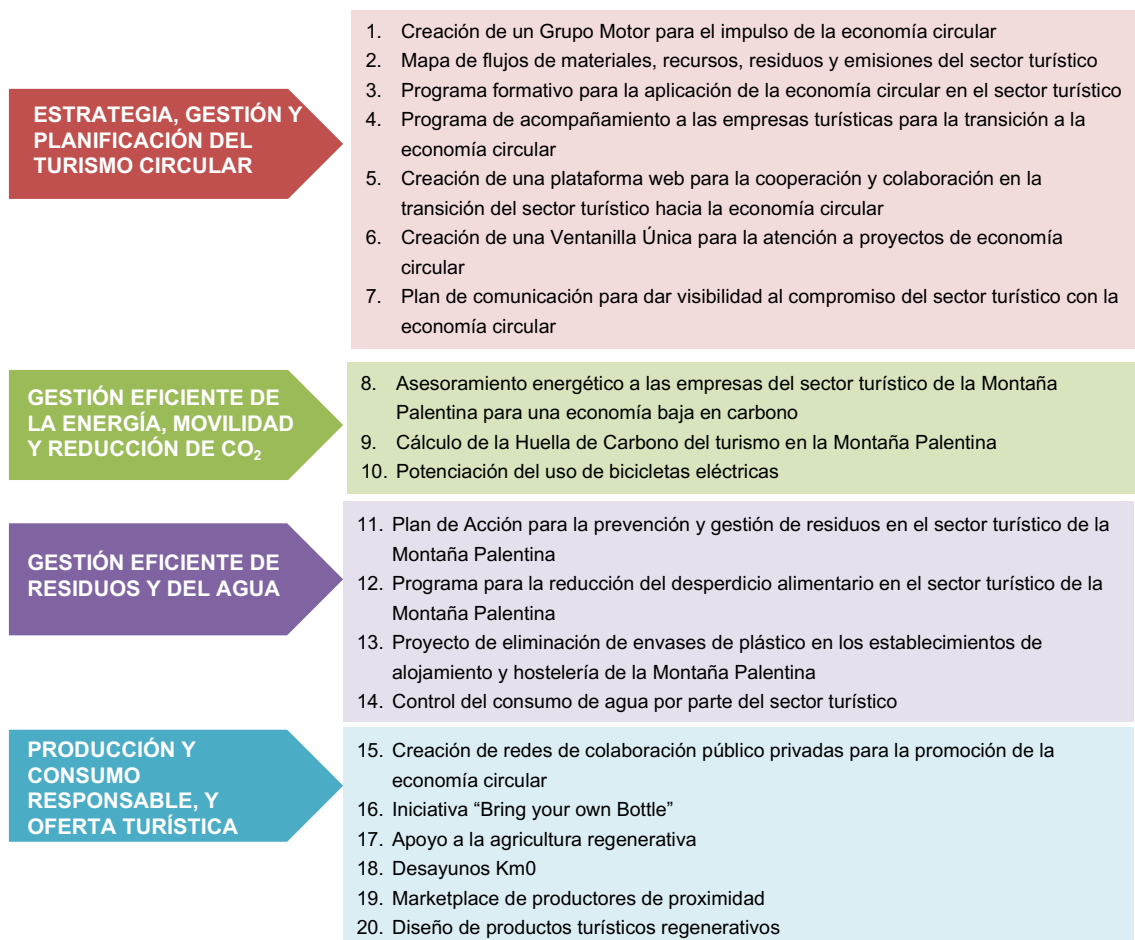
	<p>Palentina hacia la economía circular</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gerencia del Plan de Sostenibilidad Turística</li> <li>- Junta de Castilla y León</li> </ul>
<p><b>Grupo Motor</b></p>	<p>Impulsa y dinamiza la Hoja de Ruta, y participa de la difusión, el seguimiento y la evaluación de su desarrollo.</p> <p>Asimismo, sirve de foro de interlocución y participación de los diferentes agentes, que permita además el conocimiento e intercambio de experiencias en materia de economía circular potenciando el trabajo colaborativo y sinérgico, y realiza propuestas de mejora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comarca y Municipios de la Montaña Palentina</li> <li>- Diputación Provincial de Palencia</li> <li>- ACD Montaña Palentina</li> <li>- Fundación Santa María la Real</li> <li>- Asociación Empresas Turísticas Montaña Palentina Vivo</li> <li>- Asociación de Hostelería, Turismo y Cultura Gastronómica Palencia Norte</li> <li>- Parque Natural de la Montaña Palentina</li> </ul>

## 5. HOJA DE RUTA DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA HACIA UNA ECONOMÍA CIRCULAR

Una vez establecidos los ejes estratégicos y los objetivos a conseguir, se procede a definir la hoja de ruta de economía circular del sector turístico de la Montaña Palentina. Esta hoja de ruta está alineada con las líneas generales de la Estrategia de Economía Circular nacional y autonómica, y se inspiran en los principios fundamentales de la economía circular.

La hoja de ruta que se propone a continuación contiene las acciones estratégicas, objetivos e indicadores con los que medir el desempeño de estas, descripción de las acciones y resultados esperados por su ejecución, propuesta de priorización y planificación, y agentes impulsores e involucrados, y buenas prácticas en caso de existir. La siguiente figura recoge los cuatro ejes para la transición del sector hacia una economía circular y las acciones que se plantean para llevar a cabo esa transición.

**FIGURA 4.1. Hoja de ruta del sector turístico de la Montaña Palentina**



Fuente: elaboración propia, a partir de SEGITTUR (2023)

## 5.1. Plan de actuaciones

### EJE 1. ESTRATEGIA, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO CIRCULAR

<b>ACCIÓN 1</b>	<b>Creación del Grupo Motor de Economía Circular de la Montaña Palentina</b>
OBJETIVO	Dar continuidad a las reuniones del grupo motor del presente proyecto en el marco del impulso de una Mesa del Turismo de la Montaña Palentina
DESCRIPCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integrar contenidos sobre economía circular en las reuniones de la Mesa del Turismo u organizar una reunión que integre al grupo motor, al menos una vez cada semestre.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de la economía circular dentro de las temáticas y decisiones estratégicas del foro de gobernanza del turismo más importante de la comarca</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Ayuntamientos</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>ACD Montaña Palentina</li> <li>Fundación Santa María la Real</li> <li>Asociación Empresas Turísticas Montaña Palentina Vivo</li> <li>Asociación de Hostelería, Turismo y Cultura Gastronómica Palencia Norte</li> <li>Parque Natural de la Montaña Palentina</li> </ul>
NIVEL DE PRIORIDAD	Medio
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones del grupo motor</li> <li>Temáticas o proyectos de economía circular tratados en las reuniones de la Mesa de Turismo</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mesa de Turismo Sostenible del Priorat</li> </ul>

<b>ACCIÓN 2</b>	<b>Mapa de flujos de materiales, recursos, residuos y emisiones del sector turístico de la Montaña Palentina</b>
OBJETIVO	Comprender el impacto ambiental que el turismo está teniendo en el territorio e identificar las áreas clave de actuación.
DESCRIPCIÓN	Creación de un mapa de flujos para realizar un análisis exhaustivo de flujos de materiales y residuos en el sector para establecer una base sólida para identificar dónde obtener el mayor impacto al

	<p>implementar soluciones circulares y que permita monitorizar las soluciones más efectivas para lograr los objetivos planteados.</p> <p>La aplicación del modelo de economía circular exige tener una visión sistémica de los productos y servicios y considerar todo el ciclo de vida. Una herramienta útil para este apartado es el Análisis del Ciclo de Vida (ACV). Se trata de un proceso que permite estudiar las cargas ambientales asociadas a un sistema de producción o actividad, identificando y cuantificando las cantidades de materia y energía utilizados, los residuos generados, y evaluar los impactos ambientales derivados de estos. Las principales herramientas para realizar un ACV son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ISO 14040 (Gestión ambiental. Análisis del ciclo de vida. Principios y marco de referencia).</li> <li>• ISO 14044 (Gestión ambiental. Análisis del ciclo de vida. Requisitos y Directrices)</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el impacto ambiental de la actividad turística en la Montaña Palentina</li> <li>• Facilitar la transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia la economía circular.</li> <li>• Contribuir a la descarbonización de la actividad turística en la Montaña Palentina.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Junta de Castilla y León
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina Mancomunidades de la Montaña Palentina
NIVEL DE PRIORIDAD	Media
PLANIFICACIÓN	Medio plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa de Flujos</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataforma FINHAVA (Mallorca)</li> <li>• Cálculo de la Huella Hídrica del sector turístico en Valencia</li> <li>• Norma ARC 360</li> </ul>

<b>ACCIÓN 3</b>	<b>Programa formativo para la aplicación de la Economía Circular en el sector turístico</b>
OBJETIVO	Capacitar al tejido turístico de la Montaña Palentina en el conocimiento de la economía circular y sus principios, mejorando su competitividad e impulsando la transición del sector hacia la economía circular.
DESCRIPCIÓN	<p>El conocimiento sobre la economía circular y sus principios es clave para impulsar la integración de la economía circular en el modelo de negocio de las empresas turísticas de la Montaña Palentina, favoreciendo la implicación del conjunto de miembros de cada una de las empresas en el desarrollo de acciones circulares de manera autónoma.</p> <p>En este sentido, se propone desarrollar un programa formativo con los objetivos específicos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar una comprensión general de lo que es la economía circular y los principios fundamentales que la rigen.</li> <li>• Mostrar cómo la economía circular se relaciona con temas ambientales, económicos y sociales.</li> <li>• Aprender sobre diferentes estrategias y prácticas de la economía circular.</li> <li>• Desarrollar habilidades para analizar y evaluar las oportunidades para la economía circular en las empresas.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotar de conocimiento sobre los principios de la economía circular y su aplicación al sector turístico, al conjunto de agentes relacionados con el turismo en la Montaña Palentina.</li> <li>• Facilitar la transición hacia la economía circular de las empresas turísticas de la Montaña Palentina</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia. Plan de Sostenibilidad
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociaciones de empresarios turísticos.
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nº de Acciones de formación desarrolladas</li> <li>• Nº de empresas participantes en las acciones formativas</li> <li>• Nº de personas participantes en las acciones formativas</li> <li>• Nº de proyectos de circularidad desarrollados en las empresas turísticas de la Montaña Palentina</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de Formación de Turismo de Navarra 10.0</li> <li>• Plan de Formación y Mentoría para la elaboración del Plan de Circularidad en alojamientos turísticos de la AETIB</li> </ul>

<b>ACCIÓN 4</b>	<b>Programa de acompañamiento a las empresas turísticas de la Montaña Palentina para la transición a la Economía Circular</b>
OBJETIVO	Ayudar a las empresas turísticas de la Montaña Palentina a emprender el camino hacia la transición a la economía circular.
DESCRIPCIÓN	<p>El turismo es uno de los sectores que puede obtener mejores resultados en forma de sostenibilidad ambiental y rentabilidad económica si aplica los principios de la economía circular y baja en carbono. En este sentido, las características que definen el sector, pequeño tamaño de las empresas, diversidad de modelos de negocio, y falta de conocimiento y recursos para implantar el modelo de economía circular, hace necesario el desarrollar un programa de asesoramiento que introduzca a las empresas turísticas en la transición hacia la economía circular.</p> <p>El programa consistirá en el acompañamiento a las empresas turísticas participantes en las siguientes tareas;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La elaboración de un diagnóstico para identificar las oportunidades en economía circular a través de una metodología práctica.</li> <li>2. La definición de una hoja de ruta y un plan de acción en economía circular en función de las oportunidades previas analizadas,</li> <li>3. La mentorización en el desarrollo de la hoja de ruta y el plan de acción definido.</li> </ol>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso en la transición del sector hacia la economía circular, incrementando su competitividad y su aportación al proceso de descarbonización del sistema económico de la Montaña Palentina.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia, a través del Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociaciones de empresarios turísticos.
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nº de empresas participantes en el programa</li> <li>• Nº de diagnósticos y hojas de ruta elaboradas</li> <li>• Horas de mentorización a empresas turísticas de la Montaña Palentina</li> </ul>

BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoramiento en economía circular del proyecto de aplicación de la economía circular en el sector turístico de SEGITTUR</li> <li>• Asesoramiento en economía circular dirigido a empresas del sector turístico ubicadas en el término municipal de Vitoria-Gasteiz.</li> </ul>
<b>ACCIÓN 5</b>	<b>Creación de una plataforma web para la cooperación y colaboración en la transición del sector turístico hacia una economía circular</b>
OBJETIVO	Facilitar la transición del sector hacia la economía circular mediante la creación de herramientas que favorezcan el aprovechamiento de las sinergias entre las entidades, la colaboración y la coordinación.
DESCRIPCIÓN	<p>El trabajo en red contribuye a generar una mayor eficiencia en el desarrollo de los proyectos, mediante la mejora de la coordinación y la colaboración entre los agentes participantes, favoreciendo la difusión de la información, compartir experiencias y conocimiento. En este sentido, se propone la configuración de un espacio online, una plataforma web para la transición del sector turístico a la economía circular, que centralice la información y que se configure como un espacio de encuentro, de colaboración, y de aprendizaje. Las funciones a cubrir serían, entre otras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión de los diferentes grupos de interés en el sector</li> <li>• Recopilación de las tendencias en sostenibilidad y economía circular aplicables al sector (compras, materiales, gestión de residuos, legislación)</li> <li>• Desarrollo y/o conexión con herramientas y guías de buenas prácticas para facilitar la transición hacia la economía circular del sector (compras verdes, estimación y cálculo de huella de carbono, huella ambiental, gestión de residuos)</li> <li>• Promoción y puesta en valor de las buenas prácticas de las organizaciones del sector</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Despliegue de un entorno de comunicación y colaboración en torno a la transición del sector hacia la circularidad, en el que las empresas puedan interactuar y avanzar en el proceso.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia, a través del Plan de Sostenibilidad Turística / Comarca de la Montaña Palentina / Ayuntamientos
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Junta de Castilla y León, ACD Montaña Palentina, Asociaciones de empresarios turísticos.
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo

INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº de empresas usuarias de la plataforma</li> <li>Sesiones y visitas a la página web</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>

<b>ACCIÓN 6</b>	<b>Creación de una ventanilla única para la atención a proyectos de economía circular</b>
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar a las empresas turísticas de la Montaña Palentina la tramitación y desarrollo de los proyectos relacionados con la sostenibilidad y la economía circular.</li> <li>Impulsar la transición del sector hacia la economía circular.</li> </ul>
DESCRIPCIÓN	<p>Uno de los hándicaps identificados en las reuniones de trabajo con el Grupo Motor y con las empresas participantes en el proyecto hace referencia a las dificultades que las empresas y entidades encuentran para poder tramitar sus proyectos ante la administración. En este sentido, existe un modelo de gestión ya contrastado, la Ventanilla Única.</p> <p>Se propone la creación de la Ventanilla Única para la Economía Circular en la Montaña Palentina, un servicio de apoyo a las empresas turísticas del destino, cuyo objetivo es ofrecer un instrumento que facilite la puesta en marcha de proyectos relacionados con la sostenibilidad y la economía circular, simplificando los procesos y reduciendo los tiempos de espera y los costes asociados a su desarrollo.</p> <p>Se trata de crear un espacio centralizado de información sobre la economía circular y asesoramiento a las empresas y entidades interesadas en implementar acciones de circularidad. Entre las funciones a desarrollar estarán: la información sobre trámites administrativos, ayudas y subvenciones, líneas de crédito y otros recursos para la economía circular. Asesoramiento sobre su viabilidad, los recursos que necesitan o las medidas técnicas relacionadas con el proyecto.</p>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio para facilitar e impulsar la transición de las empresas turísticas hacia la economía circular</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Ayuntamientos
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Junta de Castilla y León, ACD Montaña Palentina, Asociaciones de empresarios turísticos.
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo

INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ventanilla Única para Economía Circular</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.ivace.es/index.php/es/financiacion-40/programas-convocados/433-industria-4-0/informacion-oculto-de-momento/cooperacion-institucional">https://www.ivace.es/index.php/es/financiacion-40/programas-convocados/433-industria-4-0/informacion-oculto-de-momento/cooperacion-institucional</a></li> </ul>

<b>ACCIÓN 7</b>	<b>Plan de comunicación para dar visibilidad al compromiso del sector turístico con la economía circular</b>
OBJETIVO	Ayudar a las empresas turísticas de la Montaña Palentina a emprender el camino hacia la transición a la economía circular.
DESCRIPCIÓN	Elaborar y gestionar un plan de comunicación que permita impulsar y dar visibilidad a las empresas de la Montaña Palentina comprometidas con la economía circular.
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concienciar al sector turístico de la Montaña Palentina sobre la importancia de la economía circular</li> <li>Sensibilizar a la población local, turistas y empresarios sobre el impacto ambiental del turismo, fomentando prácticas sostenibles.</li> <li>Promover la Montaña Palentina como un destino turístico sostenible, que cuida del medio ambiente y genera experiencias responsables.</li> <li>Sensibilizar y motivar a los empresarios del sector turístico para adoptar prácticas circulares, colaborando en un proyecto colectivo.</li> <li>Mejorar la imagen del sector turístico de la Montaña Palentina como un referente en sostenibilidad.</li> <li>Desarrollar un sistema de reconocimiento: "empresa comprometida con la circularidad"</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia, a través del Plan de Sostenibilidad Turística, Ayuntamientos
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociaciones de empresarios turísticos.
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº de acciones promocionales</li> <li>Nº de empresas participantes en el programa</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pacto Mundial Red Española</li> </ul>

## EJE 2. GESTIÓN EFICIENTE DE LA ENERGÍA, MOVILIDAD Y REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub>

<b>ACCIÓN 8</b>	<b>Asesoramiento energético a las empresas del sector turístico de la Montaña Palentina para una economía baja en carbono</b>
<b>OBJETIVO</b>	Dinamizar el papel del sector turístico en la estrategia climática de la Montaña Palentina, mediante la promoción e implantación de la eficiencia energética en las empresas del sector.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Servicio gratuito de asesoramiento energético dirigido a las empresas y entidades del sector turístico de la Montaña Palentina con el objetivo de optimizar el consumo de los recursos energéticos, ahorrar costes en las facturas de luz y gas, reducir la emisión de gases de efecto invernadero y el cálculo de la huella de carbono, a través de un estudio personalizado de las instalaciones.</p> <p>El asesoramiento energético consistiría en la realización de una visita a las instalaciones de las empresas, en la que se identificarán los puntos de consumo de energía, se detectarán las ineficiencias y se llevará a cabo un estudio de las facturas relacionadas con el consumo energético. A partir de este análisis, se generarán los siguientes resultados:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un informe de medidas de ahorro- Eficiencia energética.</li> <li>2. Cálculo de la Huella de Carbono de la empresa. Esto es, se traducirán a toneladas de CO<sub>2</sub> equivalentes el consumo de energía de la empresa.</li> </ol> <p>Con estos resultados las empresas, además de ser más eficientes en el uso de la energía, y de rebajar sus costes, dispondrán de datos para medir su aportación al proceso de descarbonización del sector.</p>
<b>RESULTADOS A ALCANZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de los costes en las facturas de luz y gas</li> <li>• Detección de puntos críticos de consumos energéticos y formación para su correcta gestión</li> <li>• Formación a las empresas en el cálculo de su huella de carbono</li> </ul>
<b>AGENTES IMPULSORES</b>	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina
<b>GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS</b>	ACD Montaña Palentina. Asociaciones de empresarios turísticos.
<b>NIVEL DE PRIORIDAD</b>	Alta
<b>PLANIFICACIÓN</b>	Medio plazo
<b>INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nº de empresas participantes en el asesoramiento.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Huella de Carbono de las empresas turísticas</li> </ul>
<b>BUENAS PRÁCTICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a empresas - Servicios para la sostenibilidad ambiental del sector turístico del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz</li> </ul>

<b>ACCIÓN 9</b>	<b>Cálculo de la Huella de Carbono del turismo en la Montaña Palentina</b>
<b>OBJETIVO</b>	Identificar y disminuir el impacto del turismo en el entorno, promoviendo el uso sostenible de los recursos y el desarrollo de experiencias turísticas sostenibles.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>Es necesario que los destinos apuesten por la innovación para reducir las externalidades que el turismo genera en el entorno, proteger sus recursos y asegurar el futuro. Con la idea de conseguir un turismo más sostenible y circular se propone la puesta en marcha de una calculadora de huella de carbono para sus visitantes. Una herramienta con la que las personas que visitan la Montaña Palentina puedan calcular y obtener un resultado muy gráfico de la huella ambiental de su viaje.</p> <p>Los visitantes de la Montaña Palentina podrán conocer cuál es el impacto que tiene su estancia en el destino, y, además de conocer el impacto de su viaje, podrán mejorar el resultado con recomendaciones para que su visita sea más sostenible. Con ello, se pretenden crear un modelo más eficiente y que los viajeros desarrollen nuevas prácticas para que sus viajes afiancen su compromiso con el cuidado del entorno y con la lucha contra el cambio climático.</p> <p>El destino puede ofrecer esta herramienta a los visitantes, incluyendo el código QR en su web, redes sociales, etc. o colocando el display con información sobre la calculadora en la recepción de los alojamientos turísticos, en los restaurantes, etc.</p>
<b>RESULTADOS A ALCANZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tomar conciencia del impacto que generan los viajes turísticos en el destino.</li> <li>Refuerzo del compromiso de visitantes y empresas con el medioambiente.</li> </ul>
<b>AGENTES IMPULSORES</b>	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina
<b>GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS</b>	Todos los agentes clave y visitantes a la comarca
<b>NIVEL DE PRIORIDAD</b>	Alta
<b>PLANIFICACIÓN</b>	Medio plazo

INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº turistas que utilizan la calculadora</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculadora de huella ambiental: <a href="https://huellacarbonovitoria-gasteiz.org/">https://huellacarbonovitoria-gasteiz.org/</a></li> <li>Herramienta de cálculo y compensación de la Costa del Sol: <a href="https://www.costadelsolmalaga.org/9231/herramienta-de-calculo-y-compensacion?92584">https://www.costadelsolmalaga.org/9231/herramienta-de-calculo-y-compensacion?92584</a></li> </ul>

<b>ACCIÓN 10</b>	<b>Potenciación del uso de bicicletas eléctricas</b>
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estimular un medio de locomoción más sostenible y con menores impactos, favoreciendo la red de cargadores</li> </ul>
DESCRIPCIÓN	<p>La Montaña Palentina es un territorio ideal para el uso de la bicicleta, por sus paisajes y entornos naturales.</p> <p>Las acciones podrían ser varias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer una línea promocional específica de los recorridos en bicicleta eléctrica, pasando por aquellos puntos en los que haya cargadores.</li> <li>Instalar puntos de carga de carácter 100% público y de acceso universal</li> <li>Subvencionar puntos de recarga dentro de establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, etc.)</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de la movilidad de los visitantes en sus vehículos particulares</li> <li>Ofrecer una manera diferente de disfrutar de la Montaña Palentina</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina
NIVEL DE PRIORIDAD	Medio
PLANIFICACIÓN	Largo plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de las estaciones de recarga</li> <li>Incremento del alquiler de bicicletas eléctricas a las empresas que ahora usan este servicio</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Metrópoli Verde- E-Bike Park en Montes Obarenes (Burgos) <a href="http://lametropoliverde.com/que-es/">http://lametropoliverde.com/que-es/</a></li> <li>Programa "Slovenia in E-Bike": <a href="https://www.slovenia.info/en/stories/breeze-around-slovenia-by-e-bike">https://www.slovenia.info/en/stories/breeze-around-slovenia-by-e-bike</a></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consorci de les Vies Verdes de Girona ofrece once puntos de carga, localizados en diferentes puntos de la ruta Pirinexus.</li> <li>• Park e bike. Parques de Sintra – Monte da Lua:</li> <li>• <a href="https://www.parquesdesintra.pt/planear-a-sua-visita/park-e-bike/">https://www.parquesdesintra.pt/planear-a-sua-visita/park-e-bike/</a></li> <li>• El servicio de “Park e Bike” disponible mediante Cycling Rentals, ofrece a los visitantes la posibilidad de pasear por la sierra en bicicleta eléctrica sin un gran esfuerzo físico. La asociación con los Parques de Sintra permite que el alquiler de la bicicleta pueda ser combinado con billetes para los parques y monumentos.</li> </ul>
--	--

### EJE 3. GESTIÓN EFICIENTE DE RESIDUOS Y DEL AGUA

<b>ACCIÓN 11</b>	<b>Plan de Acción para la prevención y gestión de residuos en el sector turístico de la Montaña Palentina</b>
<b>OBJETIVO</b>	Reducir la generación de residuos en las actividades turísticas mediante la prevención, la reducción, el reciclaje y la reutilización.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>El análisis realizado sobre el sector turístico en la Montaña Palentina evidencia la necesidad de poner en marcha iniciativas específicas para lograr un comportamiento más sostenible del sector turístico en relación con la gestión de los residuos. En este sentido, una parte importante de las empresas turísticas no disponen de un plan específico de gestión de los residuos, por lo que no controlan de manera efectiva ni el volumen de los mismos, ni su distribución por materiales, ni el proceso de eliminación.</p> <p>Se propone la elaboración de un Plan de Acción para la gestión de los residuos en el sector turístico de la comarca, en el marco de la creación de una mesa público-privada para la correcta gestión de residuos del sector turístico.</p> <p>En esta mesa participarían las asociaciones sectoriales y los representantes de la entidad responsable de la gestión de los recursos a nivel comarcal, y tendría como principal cometido el definir herramientas para favorecer una adecuada prevención y gestión de los residuos en las empresas turísticas de la Montaña Palentina.</p>
<b>RESULTADOS A ALCANZAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de los residuos en las empresas turísticas de la Montaña Palentina</li> </ul>
<b>AGENTES IMPULSORES</b>	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
<b>GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS</b>	Asociaciones Sectoriales, Empresas turísticas, turistas y residentes
<b>NIVEL DE PRIORIDAD</b>	Alta

PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de Acción para la prevención y gestión de los residuos en el sector turístico</li> <li>Reuniones de trabajo realizadas</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	

<b>ACCIÓN 12</b>	<b>Reducción y aprovechamiento del desperdicio alimentario</b>
OBJETIVO	El desperdicio alimentario es uno de los elementos más fácilmente “atacables” y que más rápido podría generar ahorros y reducción de residuos. Dado el volumen de negocios de hostelería y hotelería, además de la sensibilización creciente de la población, este debería ser uno de los pilares de la actuación a corto plazo en la Montaña Palentina.
DESCRIPCIÓN	<p>Esta se trataría de una macro-acción que incorporaría diferentes pequeñas acciones dirigidas al sector privado, pero también público y ciudadanía. En concreto, proponemos las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cálculo de la cantidad de comida desperdiciada por establecimiento de restauración / cliente y por hogar en la Montaña Palentina</li> <li>Acuerdo con la Asociación de Hostelería y ECODES para poner en marcha nuevas formaciones prácticas para responsables de compras, chefs ejecutivos, responsables de alimentos y bebidas, responsables de bodega, etc.</li> <li>Auditorías de desperdicio en restaurantes.</li> <li>Proyecto de recuperación de la comida sobrante, no solo en restaurantes sino cocinas centrales, mercados, caterings, etc, para su reaprovechamiento y cesión a ONGs, albergues, e incluso para su cesión gratuita en diferentes puntos del territorio.</li> <li>Plataforma de formación online para hogares (el 42% de la comida desperdiciada se genera en los hogares, según la Estrategia ‘Más alimento, menos desperdicio’, Ministerio Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente)</li> <li>Seguir impulsando el programa “Transforma, retorna” con nuevas y más ambiciosas iniciativas, conformando una plataforma de compostaje y entrega de residuo orgánico a productores locales y recompra por parte de centrales de compra, restaurantes, hoteles, etc.</li> <li>Desarrollo e implantación de herramientas de IA para el cálculo de comida desperdiciada, tipo Winnow.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción progresiva del desperdicio alimentario por visitante / empresas / residente</li> </ul>

AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Asociación de Hostelería. ECODES. Junta de Castilla y León
NIVEL DE PRIORIDAD	Muy alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción de los kilos de comida desperdiciada en los hogares</li> <li>• Reducción de los kilos de comida desperdiciada en restaurantes</li> <li>• Toneladas de comida “recuperada” y reintegrada en el ciclo</li> <li>• Reducción de los costes de compra en restaurantes</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código aragonés contra el desperdicio alimentario: <a href="https://consumoresponsable.org/desperdicioalimentario/">https://consumoresponsable.org/desperdicioalimentario/</a></li> <li>• Proyecto REXCATering (Portugalete)</li> <li>• Plataforma Generacoco (Cataluña)</li> <li>• Plataforma FINHAVA (Mallorca)</li> <li>• Hoteles Garden (Mallorca)</li> </ul>

<b>ACCIÓN 13</b>	<b>Proyecto de eliminación de envases de plástico en los establecimientos de alojamiento y hostelería de la Montaña Palentina</b>
OBJETIVO	Reducir los envases de plástico en los alojamientos turísticos y la hostelería de la Montaña Palentina
DESCRIPCIÓN	<p>Los plásticos de un solo uso constituyen uno de los tipos de residuo que más impacto generan en el medioambiente, y el sector ha de comprometerse con prácticas orientadas a su desaparición en la cadena de consumo. Si bien ya hay un número importante de empresas turísticas en Valladolid que han erradicado el plástico de un solo uso en sus ofertas, aún sigue siendo un reto importante que el sector ha de abordar; en este sentido, se propone la puesta en marcha de un programa para la eliminación de los envases de plástico de un solo uso en el sector turístico de la ciudad.</p> <p>Algunas de las acciones a desarrollar serían:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sustitución en los establecimientos turísticos de botellas de PET por jarras de cristal poniendo en valor el agua de red.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de gourmet box, elaborado con material compostable, como alternativa al uso de fiambreras de PET en la lucha contra el despilfarro de alimentos.</li> <li>• Reparto de contenedores de diferentes formatos para facilitar la segregación en los puntos de generación de los residuos.</li> <li>• Colocación de papeleras para envases ligeros en los espacios comunes de los alojamientos, como elemento de sensibilización e implicación del turista.</li> <li>• Elaboración de materiales de uso habitual en los hoteles y alojamientos con plástico reciclado.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperación de envases de plástico de un solo uso</li> <li>• Reciclaje del plástico recuperados en objetos de uso habitual en las empresas turísticas</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Asociaciones Sectoriales, Empresas Turísticas
NIVEL DE PRIORIDAD	Media
PLANIFICACIÓN	Medio plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volumen de envases de plástico recuperado</li> <li>• Nº de empresas turísticas de la Montaña Palentina participantes en el programa</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<a href="https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&amp;uid=u60ad9703_17b9f909578_7eb5">https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&amp;uid=u60ad9703_17b9f909578_7eb5</a>

<b>ACCIÓN 14</b>	<b>Control del consumo de agua por parte del sector turístico</b>
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser más eficientes en el consumo de agua</li> <li>• Sensibilizar a los residentes y visitantes sobre este recurso</li> </ul>
DESCRIPCIÓN	<p>Varias zonas de España están ya viviendo problemas de sequía y restricciones de agua. Como se ha citado ya anteriormente, el visitante a un territorio tiene un consumo de agua muy superior al del residente.</p> <p>Por ello y dado que fue uno de los elementos citados en las reuniones con el Grupo Motor, se propone una sencilla pero probablemente útil medida, que no es otra que elaborar un listado de medidas implantadas en otros destinos para ser más eficientes en el consumo de agua por parte de la industria turística y de los visitantes.</p> <p>Entre otras medidas, están son las que se han implantado o recomendado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instauración del estado de emergencia</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llenado de piscinas</li> <li>• Pistas de hielo</li> <li>• Fiestas de espuma</li> <li>• Reducción de la presión</li> <li>• Arreglo de tuberías</li> <li>• Moratoria de crecimientos de proyectos o inicios de actividades que necesitan un uso importante de agua</li> <li>• Digitalización de contadores</li> <li>• Multas por exceso de consumo</li> <li>• Cortes de suministro</li> <li>• Formación a las empresas turísticas para ser más eficientes en el consumo de agua</li> <li>• Apoyar proyectos de recogida de pluviales</li> <li>• Reutilización de aguas grises</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descenso del consumo de agua de parte de los negocios turísticos</li> <li>• Mejora del posicionamiento de la Montaña Palentina como destino sostenible</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Empresas turísticas de la comarca
NIVEL DE PRIORIDAD	Alto
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas incluidas en el catálogo</li> <li>• Jornadas formativas para empresas sobre eficiencia en el consumo de agua</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas medidas de la fase de emergencia por sequía <a href="https://web.gencat.cat/es/actualitat/detall/241601_sequera">https://web.gencat.cat/es/actualitat/detall/241601_sequera</a></li> <li>• Guía práctica para el uso eficiente del agua en usos turísticos: <a href="https://www.caib.es/sites/agua/es/guia_practica_para_el_uso_eficiente_del_agua_en_usos_turisticos-38762">https://www.caib.es/sites/agua/es/guia_practica_para_el_uso_eficiente_del_agua_en_usos_turisticos-38762</a></li> </ul>

#### EJE 4: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE, Y OFERTA TURÍSTICA CIRCULAR

<b>ACCIÓN 15</b>	<b>Creación de redes de colaboración público privadas para la promoción de la economía circular</b>
OBJETIVO	Generar redes amplias de colaboración para la promoción de la economía circular desde diferentes sectores (comercios,

	<p>establecimientos, etc.) y la población local, para diferentes fines (segunda mano, reparación, etc.).</p>
DESCRIPCIÓN	<p>Cuando se habla de economía circular, se deben fomentar tres principios básicos: 1) Eliminar residuos y contaminación desde el diseño. 2) Mantener productos y materiales en uso y 3) Regenerar sistemas naturales. Sin embargo, cuando se trata de generar cambios significativos a nivel usuario o doméstico, en ocasiones puede resultar complicado contribuir a estos objetivos sin la colaboración con otros actores que forman parte del ecosistema local.</p> <p>La denominada ‘Regla de las tres R’ pretende estimular la participación ciudadana, desde el ámbito del hogar, en la lucha contra la degradación del planeta mediante la reducción, la reutilización y el reciclaje de los productos que consumimos. En este sentido, la colaboración y las alianzas son clave para lograr un sistema circular significativo, y éste puede darse a diferentes niveles (local, regional, comarcal, etc.).</p> <p>Esta acción propone generar redes de colaboración en el ámbito insular para la promoción de la economía circular y las tres R, que puede darse de diferentes maneras. Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear redes de colaboración intersectoriales y público privadas para el intercambio o donación de mobiliario, electrodomésticos y equipamientos en buen estado, que todavía puedan tener una vida útil para otro establecimiento.</li> <li>• Los mercadillos de segunda mano o <i>vintage</i> de carácter regular, además de permitir una segunda y tercera vida a los productos, también pueden suponer un lugar de interés turístico, fomentar a alargar la vida útil de los productos y dar salida a artículos de <i>upcycling</i> o restaurados.</li> <li>• Generar redes de reparación o lugares de encuentro en las que personas con habilidades en este ámbito enseñan a otras a arreglar sus electrodomésticos, bicicletas, etc., a la vez que se pueden dejar materiales en buen estado que pueden ser reusados (cristales, maderas, cajas, etc.).</li> <li>• Existen portales web para la reventa o intercambio de productos de segunda mano. Se podría considerar la opción de crear uno del sector turístico, para alojamientos, restaurantes, comercios, etc.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir la cultura de la reutilización por encima del reciclaje, así como la reparación por encima de la sustitución.</li> <li>• Fortalecer la imagen de la isla de Tenerife como un destino que apuesta por la circularidad y el fomento de las tres R.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	<p>Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina</p>

GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	Empresas y entidades de diferentes sectores económicos. Población local.
NIVEL DE PRIORIDAD	Medio
PLANIFICACIÓN	Medio plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº de redes de colaboración creadas con el fin de promover la economía circular.</li> </ul>
BUENAS PRÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Moda re- (Madrid). <a href="https://modare.org/">https://modare.org/</a></li> <li>Plataforma Repair Café: <a href="https://www.repaircafe.org/es/">https://www.repaircafe.org/es/</a></li> </ul>

<b>ACCIÓN 16</b>	<b>Iniciativa “Bring your own Bottle”</b>
OBJETIVO	Reducir el consumo de agua embotellada en plástico de un solo uso.
DESCRIPCIÓN	<p>La iniciativa BYOB se hizo famosa hace algunos años, con la intención de potenciar que los visitantes a eventos, restaurantes, etc. llevaran sus propias botellas de vino. Esta idea o lema podría ser aprovechada para reducir el consumo de agua embotellada, y que cuando la gente viaje a la Montaña Palentina, lleve y utilice sus propias botellas rellenables.</p> <p>También, para favorecer su uso, se propone:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar un mapa con localización de las fuentes públicas de agua potable.</li> <li>Elaborar un listado de establecimientos que permiten rellenar botellas con agua potable.</li> <li>Complementariamente, para aquellos que no cuenten con una, se podría diseñar y poner a la venta botellas de estas características, con la imagen corporativa de la Montaña Palentina.</li> </ul>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción del consumo de agua embotellada</li> <li>Potenciar prácticas turísticas responsables</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociación de Empresarios
NIVEL DE PRIORIDAD	Medio
PLANIFICACIÓN	Medio plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descargas de los planos de ubicación de los puntos de relleno de agua</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iniciativa BYO de la ciudad de Kamloops (Canadá) <a href="https://www.kamloops.ca/our-community/environment-sustainability/bring-your-own-initiative">https://www.kamloops.ca/our-community/environment-sustainability/bring-your-own-initiative</a></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guía del turista responsable de Turismo de Barcelona: <a href="https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/page/4603/responsible-tourism-guidelines-.html">https://www.barcelonaturisme.com/wv3/en/page/4603/responsible-tourism-guidelines-.html</a></li> </ul>
--	---

<b>ACCIÓN 17</b>	<b>Apoyo a la agricultura regenerativa</b>
OBJETIVO	Potenciar las prácticas de agricultura regenerativa en la Montaña Palentina y su vínculo con la actividad turística.
DESCRIPCIÓN	<p>La Asociación de Agricultura Regenerativa está impulsando y coordinando la creación de un mapa online que pretende mostrar las fincas que están en un proceso regenerativo en su respectivo contexto. El objetivo principal del mapa es dar visibilidad a las fincas regenerativas ibéricas.</p> <p>Los requisitos para aparecer en el mapa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No utilizar biocidas ni fertilizantes químicos ni OGM</li> <li>Reducir o eliminar los insumos externos, y que los que se tengan que utilizar no sean tóxicos ni contengan OGMs</li> <li>Reducir o eliminar el laboreo con volteo</li> <li>Mantener el suelo cubierto durante el mayor periodo de tiempo posible con materia vegetal: cultivos de cobertura, cultivos productivos, praderas, vegetación espontánea o mulching (acolchado orgánico).</li> <li>En el caso de tener cultivos estacionales: Rotación de cultivos</li> <li>Cuando en la granja haya animales herbívoros u omnívoros, deben ser integrados mediante pastoreo dirigido: Manejo Holístico, PRV u otro sistema en simbiosis con el crecimiento fisiológico de las plantas, utilizando la alta carga animal en cortos espacios de tiempo con largos periodos de reposo para evitar el sobrepastoreo o el infrapastoreo.</li> <li>Desarrollar modelos económicos y sociales que fomenten la cooperación, poniendo a las personas, el reparto justo y el cuidado de los territorios en el centro.</li> </ul> <p>El proyecto consistiría en potenciar el uso de prácticas regenerativas por parte de las explotaciones ganaderas de la comarca, granjas, etc. y, de manera complementaria, introducir propuestas turísticas vinculadas a la agricultura regenerativa, como la denominada Wwoofers. WWOOF (acrónimo de Worldwide Opportunities on Organic Farms) Spain es parte de una iniciativa mundial para vincular a los visitantes con agricultores orgánicos, promover un</p>

	<p>intercambio educacional y construir una comunidad global consciente de las prácticas rurales ecológicas.</p> <p>Los visitantes, o 'Wwoofers', ayudan alrededor de medio día en la granja, aprendiendo sobre agroecología y sostenibilidad, compartiendo el estilo de vida de los que allí viven.</p>
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar las prácticas de agricultura regenerativa en la Montaña Palentina, mejorando así el estado del suelo y la implantación de prácticas de circularidad en la producción de alimentos</li> <li>• Vincularlo con el diseño y oferta de servicios turísticos regenerativos y circulares.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comarca de la Montaña Palentina</li> </ul>
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explotaciones ganaderas y granjas regenerativas de la Montaña Palentina</li> </ul>
NIVEL DE PRIORIDAD	Bajo
PLANIFICACIÓN	Largo plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formaciones realizadas</li> <li>• Servicios turísticos regenerativos ofrecidos</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entre la Sierra de Guara y la Hoya está Tierra Media: <a href="https://wwoof.es/es/host/51279-entre-la-sierra-de-guara-y-la-hoya-esta-tierra-media-en-sus-primeros-pasos">https://wwoof.es/es/host/51279-entre-la-sierra-de-guara-y-la-hoya-esta-tierra-media-en-sus-primeros-pasos</a></li> </ul>

<b>ACCIÓN 18</b>	<b>Desayunos Km0</b>
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar el consumo y la comunicación a los visitantes sobre los productos agroalimentarios de la Montaña Palentina</li> </ul>
DESCRIPCIÓN	<p>Los alimentos de Km 0 son materias primas o elaboraciones que provienen de producciones de proximidad, que permiten reducir la huella ecológica que conlleva la manipulación, embalaje y transporte de materias primas a miles de kilómetros, e incentivar la gastronomía local. Una tendencia que implica beneficios para productores, como consumidores.</p> <p>Se propone crear un córner de “Desayunos Km 0” en los alojamientos, restaurantes e incluso industrias agroalimentarias como queserías, etc. Se podrían degustar tanto por parte de los huéspedes como para no alojados. Al margen de ponerle nombre a algo ya habitual, el objetivo sería comunicar mucho mejor a los visitantes los productos disponibles y originarios de la comarca, los</p>

	productores, sus localizaciones y si se pueden comprar los productos directamente.
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la satisfacción de los visitantes</li> <li>• Incrementar la venta de productos y alimentos de la comarca</li> <li>• Reducir la huella ambiental del transporte de alimentos de fuera de Palencia</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociación de Empresarios
NIVEL DE PRIORIDAD	Media
PLANIFICACIÓN	Medio plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de establecimientos integrados en la campaña</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desayunos Km 0 de Hoteles Vincci: <a href="https://www.vinccihoteles.com/blog/conoce-los-desayunos-km-0-vincci-hoteles/">https://www.vinccihoteles.com/blog/conoce-los-desayunos-km-0-vincci-hoteles/</a></li> <li>• Desayuno Km 0 de la Cooperativa de Cambrils: <a href="https://www.diaridetarragona.com/costa/la-cooperativa-de-cambrils-luce-producto-km-0-en-el-desayuno-popular-del-aceite-nuevo-KG17442383">https://www.diaridetarragona.com/costa/la-cooperativa-de-cambrils-luce-producto-km-0-en-el-desayuno-popular-del-aceite-nuevo-KG17442383</a></li> </ul>

<b>ACCIÓN 19</b>	<b>Marketplace de productores de proximidad</b>
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar el desarrollo de una política de compra responsable y sostenible en las empresas turísticas de la Montaña Palentina mediante el fomento de la compra de productos y servicios de proximidad.</li> </ul>
DESCRIPCIÓN	<p>El desarrollo de una política de compra responsable y sostenible es un reto importante para las empresas turísticas. Incorporando a los criterios que las empresas tienen para comprar los productos y servicios que precisan para el desarrollo de su actividad, además del factor precio, otros criterios que favorecen la circularidad, cómo la compra de productos/servicios de proximidad.</p> <p>En relación con este punto, nos encontramos con la dificultad de las empresas de acceder a los productores de proximidad por la falta de herramientas de promoción y comunicación que pongan en contacto al sector con las empresas locales o de proximidad (provinciales o regionales) proveedoras de productos o servicios.</p>

	En este sentido, y con el fin de impulsar la compra de productos de proximidad, al tiempo que se contribuye a dinamizar al sector agroalimentario e industrial local, provincial, y regional, se propone diseñar y poner en funcionamiento un Marketplace que ofrezca información de productores de proximidad que ofrecen productos y servicios al sector turístico, radicados en la comarca de la Montaña Palentina, en la provincia, o en otras localizaciones de la región.
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso a las compras responsables y circulares</li> <li>• Fomento de la compra de productos y servicios de proximidad.</li> <li>• Reducción de la Huella de Carbono del sector.</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina / Plan de Sostenibilidad Turística
GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociación de Empresarios, empresas turísticas
NIVEL DE PRIORIDAD	Alta
PLANIFICACIÓN	Corto plazo
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataforma de Marketplace de empresas y servicios de proximidad</li> <li>• Nº de empresas recogidas en la plataforma de Marketplace.</li> <li>• Visitas a la plataforma.</li> <li>• Perfil de las visitas a la plataforma</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	•

<b>ACCIÓN 20</b>	<b>Diseño de productos turísticos regenerativos</b>
OBJETIVO	Apoyar a las empresas turísticas locales en el diseño de productos y servicios turísticos de carácter regenerativo. Entendemos por regenerativos a aquellos servicios turísticos que logran que el destino mejore, ya sea por su impacto social, económico o ambiental positivo. Es decir que, tras el paso del visitante, el destino o entorno mejora.
DESCRIPCIÓN	Diseñar un curso orientado a prestadores de servicios turísticos sobre el turismo regenerativo y ofrecerles pautas y herramientas para su diseño.
RESULTADOS A ALCANZAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del conocimiento de este enfoque regenerador del turismo</li> <li>• Incremento del número de productos y servicios de turismo regenerativo operando en el destino</li> </ul>
AGENTES IMPULSORES	Diputación Provincial de Palencia / Comarca de la Montaña Palentina

GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS	ACD Montaña Palentina. Asociación de Empresarios. Operadores receptivos, empresas de servicios turísticos, guías, etc.
NIVEL DE PRIORIDAD	Bajo
PLANIFICACIÓN	Medio
INDICADORES DE ESTADO Y PROGRESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de empresas inscritas</li> <li>Número de nuevos productos y servicios regenerativos en el mercado</li> </ul>
BUENAS PRACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Curso Fabricando Experiencias: Turismo regenerativo, de la UNED: <a href="https://extension.uned.es/actividad/idactividad/24884">https://extension.uned.es/actividad/idactividad/24884</a></li> </ul>

## 5.2. Mecanismos de seguimiento

Parte esencial de la Hoja de Ruta para la transición del sector turístico de la Montaña Palentina hacia una economía circular es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos y las acciones definidas. Para el seguimiento y evaluación de la Hoja de Ruta se proponen las siguientes herramientas:

1. La evaluación periódica de los indicadores específicos propios de cada acción ayudará a valorar el progreso de las acciones y, en caso de no obtener los resultados esperados, a definir un plan de contingencia.
2. La cumplimentación anual de un cuadro de mando, conformado por indicadores que definen el grado de avance del sector turístico de la Montaña Palentina en su transición hacia la economía circular. En este sentido, se propone el siguiente cuadro de manda:

<b>EJE 1: Estrategia, gestión y planificación del turismo circular</b>	• Frecuencia de reunión del Grupo Motor
	• Frecuencia de reunión de la Mesa de Turismo de la Montaña Palentina
	• Nº de acciones de formación realizadas
	• Nº de empresas formadas en economía circular
	• Nº de empresas que han incorporado medidas de economía circular tras las formaciones recibidas
	• Nº de empresas turísticas que participan en el programa de asesoramiento
	• Sesiones y visitas a la plataforma web para la transición a la economía circular
	• Huella de Carbono del sector turístico de la Montaña Palentina

<p><b>EJE 2: Gestión eficiente de la energía, movilidad y reducción de emisiones de CO2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nº de campañas de compensación de CO<sub>2</sub> realizadas</li> </ul>
<p><b>EJE 3: Gestión eficiente de residuos y del agua</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CO<sub>2</sub> compensado en las campañas</li> <li>• Km. de carril bici</li> </ul>
<p><b>EJE 4: Producción y consumo responsable, y oferta turística circular</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasa de recogida de residuos en origen</li> <li>• Tasa de recogida selectiva de residuos en las empresas turísticas</li> <li>• Consumo de Agua en el sector turístico</li> <li>• Nº de empresas de hostelería participantes en la medición y aprovechamiento del desperdicio alimentario</li> <li>• Volumen de compra de productos de proximidad por parte del sector hostelero respecto del volumen total de compra</li> <li>• Nº de productos turísticos/experiencias de carácter regenerativo</li> </ul>

## IV. BIBLIOGRAFÍA

- Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A. (2019). “*Guía para un turismo sostenible. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030*”, REDS, Madrid
- Boyra, J., Garcia, J., Sorribes, J., Alvado, A., Schena, J., & Garcia-Lavernia, J. (2024). Circular Economy and Sustainable Tourism Management: Uncertainties and Challenges Ahead. In C. Ramos, T. Costa, F. Severino, & M. Calisto (Eds.), *Social Media Strategies for Tourism Interactivity* (pp. 190-218). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0960-5.ch008>
- Circle Economy (2022). *The Circularity Gap Report*
- Comisión Europea (2019, 11 de diciembre). *El Pacto Verde Europeo*. <https://bit.ly/3ppc5Sw>.
- Comisión Europea (2020, 11 de marzo). *Nuevo Plan de Acción para la Economía Circular, por una Europa más limpia y más competitiva*. <https://bit.ly/3EhR9ks>.
- Der Sterren, J., Peeters, P. y Eijgelaar E. (2021). *Applying principles of circular economy to sustainable tourism*. Centre for Sustainability, Tourism and Transport. Universidad de Breda.
- Diputación Provincial de Palencia (2023). *Estrategia de Marketing Turístico de la Montaña Palentina*.
- Ecologistas en Acción y Amigos de la Tierra (2013). *Un Yacimiento en la Basura*.
- Einarsson, S., and F. Sorin (2020). “Circular Economy in Travel and Tourism: A Conceptual Framework for a Sustainable, Resilient and Future Proof Industry Transition”. *Lower Bedding*.
- Ellen McArthur Foundation (2020): *Economía circular*, Disponible en <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>
- European Commission (2022). *Transition Pathway for Tourism*.
- European Travel Commission ETC (2021). *Encouraging Sustainable Tourism Practices*. Brussels.
- Fundación COTEC (2022). *Situación y evolución de la Economía Circular en España*
- Gabor, M. R., Panait, M., Bacoş, I. B., Naghi, L. E., & Oltean, F. D. (2023). *Circular tourism economy in European Union between competitiveness, risk and sustainability*. *Environmental Technology & Innovation*, 32, 103407. <https://doi.org/10.1016/j.eti.2023.103407>
- Gobierno de España (2019). *Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. <https://bit.ly/3HaZSXE>.
- Gobierno de España (2018). *Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030. Hacia una Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*.
- González-García, S., Gasol, C. M., García Lozano, R., Moreira, M. T., Gabarrell, X., Rieradevall i Pons, J., & Feijoo, G. (2011). *Assessing the global warming potential of wooden products from the furniture sector to improve their ecodesign*. *Science of The Total Environment*, 410–411, 16–25. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2011.09.059>

- Gössling S. (2015) “New performance indicators for water management in tourism”, *Tourism Management*, vol. 46 (February 2015), pp. 233–244
- Gössling S. and others. (2012) “Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review”, *Tourism Management*, vol. 33, No. 1, pp. 1–15.
- Junta de Castilla y León (2021). Estrategia de economía circular de Castilla y León 2020-2030. <https://patrimonionatural.org/ficheros/5eeb521e74759 ESTRATEGIA-ECONOMIA-CIRCULAR-CASTILLA-Y-LEON.pdf>
- Küffer, J., Grèzes, V., & Grèzes-Bürcher, S. (2024). Hypothetical Scenarios on the Development Model of the Circular Economy in Touristic Destinations . *ENTRENOVA - ENTERprise REsearch INNOVation*, 9(1), 411–427. <https://doi.org/10.54820/entrenova-2023-0037>
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528.
- Manfred Lenzen and others, “The carbon footprint of global tourism”, *Nature Climate Change*, vol. 8 (May 2018), pp. 522–528
- Milà i Canals, L., Burnip, G. M., & Cowell, S. J. (2006). Evaluation of the environmental impacts of apple production using Life Cycle Assessment (LCA): Case study in New Zealand. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 114(2–4), 226-238. <https://doi.org/10.1016/j.agee.2005.10.023>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2020). Economía Industrial núm. 418: Turismo Circular
- Mura, R., Vicentini, F., Botti, L. M., & Chiriaco, M. V. (2024). Achieving the circular economy through environmental policies: Packaging strategies for more sustainable business models in the wine industry. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 1497–1514. <https://doi.org/10.1002/bse.3556>
- OMT (2021). La declaración de Glasgow: un compromiso con una década de acción climática en el turismo
- OMT y Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente (2021). Baseline Report on the Integration of Sustainable Consumption and Production Patterns into Tourism Policies
- One Planet (2020). Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos - Recomendaciones al sector turístico para que siga actuando contra la contaminación por plásticos mientras se recupera de la COVID-19
- One Planet (2021). Encuesta Global sobre Acción Climática.
- Pacto Mundial. Red Española (2022): El sector turismo: contribuyendo a la Agenda 2030. Sostenibilidad, responsabilidad e innovación.
- Pacto Mundial. Red Española (2022). Decálogo para la acción empresarial del sector turístico en clave ODS.
- Şahin, E., Yiğitoğlu, V., Gök Demir, Z., Karakaya, Ç., Erendağ Sümer, F., & Güneri, B. (2024). Circular economy for sustainability: A bibliometric analysis for the

- tourism/hospitality field. Sustainability, 16(15), 6290.  
<https://doi.org/10.3390/su16156290>
- Santamarina-Campos, V., Mas-Gil, M.Á., de-Miguel-Molina, M., Catalá-Pérez, D. (2024). Impact Culture and the Circular Economy in the Tourism Industry: An Analysis of Challenges and Recommendations for Sustainability. In: Segarra-Oña, M., Santamarina-Campos, V., Peiró-Signes, Á. (eds) *Managing the Transition to a Circular Economy*. SpringerBriefs in Business. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-49689-9\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-031-49689-9_3)
  - Schroeder, P., Anggraeni, K. y Weber, U. (2018): “The Relevance of Circular Economy Practices to the Sustainable Development Goals: Circular Economy and SDGs”, *Journal Industrial Ecology*, pp.77-95
  - Schroeder, P. (2020): “How Circular Economy can help realize the Sustainable Development Goals”, publicado en [circulareconomy.earth](http://circulareconomy.earth)
  - SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO DE ESPAÑA (2019). *Directrices Generales de la Estrategia de Turismo de España 2030*. Madrid.
  - SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO DE ESPAÑA (2022). *Programa Planes de Sostenibilidad Turística en Destino*. Madrid.
  - SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO DE ESPAÑA (2023). *Programa de Experiencias Turismo España*. Madrid.
  - SEGITTUR (2015). *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*. Madrid
  - SEGITTUR (2021). *Competitividad, sostenibilidad, digitalización y resiliencia turística en España*.
  - SEGITTUR (2022). *Guía para la aplicación de la Economía Circular en el sector turístico*. Madrid
  - SEGITTUR (2023). *Manuales para la aplicación de la Economía Circular en destinos y pymes turísticas*. Madrid
  - Simpson, M. C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., & Gladin, E. 2008. *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. Paris, France: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO.
  - Tomassini, L., Baggio, R., Cavagnaro, E., Farsari, I., Fuchs, M., & Sørensen, F. (2024). *Circular economy in tourism and hospitality: A micro-meso-macro framework for inter-disciplinary research*. *Tourism and Hospitality Research*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14673584241257870>
  - United Nations. Economic and Social Council. Economic Commission for Europe (2021). *Draft assessment of applying principles of circular economy to sustainable tourism in the pan-European region*
  - UNWTO and the International Transport Forum (ITF) (2019). *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results* (Madrid).
  - UNWTO and UNEP, *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges* (Madrid, 2008).



- Vargas A. (2022): Innovación y Economía Circular en el Turismo. [revistamultidisciplinar.com](http://revistamultidisciplinar.com), vol.4 (1)

## IV. ANEXOS