



RIESISE

Revista Iberoamericana de

Economía Solidaria e

Innovación Socioecológica

e-ISSN: 2659-3351

Vol. 1 (2018), pp. 23-48

TURISMO SOLIDARIO Y TURISMO RESPONSABLE, APROXIMACIÓN A SU MARCO TEÓRICO Y CONEXIONES CON LA INTELIGENCIA TURÍSTICA

RESPONSIBLE AND SOLIDARITY TOURISM, APPROACH TO ITS THEORETICAL FRAMEWORK AND CONNECTIONS WITH THE TOURIST INTELLIGENCE

Javier Perogil Burgos

Doctor e Investigador en Turismo. Badajoz (España).

javierpeburgos@hotmail.com

RESUMEN

Este artículo está dedicado al estudio de dos nuevos conceptos aparecidos en las últimas décadas en el sector turístico, son los llamados turismo responsable y turismo solidario, ambos referentes éticos morales en un negocio, el turístico, en cuyo afán de comercialización parece tener cabida también la buena voluntad que los turistas plantean en sus propios viajes.

En este documento se realiza, en primer lugar, un acercamiento a la economía solidaria como posible referencia al marco turístico estudiado. En segundo lugar, se desarrolla una revisión teórica y referencial de ambos conceptos con la idea de contraponer, analizar y valorar las diferentes ópticas desde las que son vistos. Y en tercer y último lugar, se plantea la conexión de la responsabilidad y la solidaridad en su aplicación al turismo con una nueva corriente de gestión de los destinos, la Inteligencia Turística.

PALABRAS CLAVE

Turismo; solidario; responsable; inteligencia; turística.

CÓDIGOS JEL: Q56, L31, L83

Fecha de recepción: 09/06/2018

Fecha de aceptación: 26/10/2018

Fecha de publicación: 10/12/2018

ABSTRACT

This article is dedicated to the study of two new concepts that have appeared in the tourism sector in the recent decades, they are the so-called responsible tourism and solidarity tourism, both of them have moral ethical references in the specific business of tourism, in which the desire to commercialize also seems to place the good will that tourists contemplate in their own trips.

In this document, first of all, an approach to the solidarity economy is made as a possible reference to the tourism framework studied. Secondly, a theoretical and referential revision of both concepts is developed; with the idea of contrasting, analyzing and assessing the different perspectives from which they are viewed. And third and last, the connection of responsibility and solidarity in its application to tourism with a new stream of destination management, Tourist Intelligence, is considered.

KEYWORDS

Solidarity tourism; responsible tourism; tourist intelligence.



1. INTRODUCCIÓN

El turismo se nutre, en gran medida, de las tendencias y hábitos sociales y de consumo que ofrecen nuevas opciones no únicamente de comercialización (como por ejemplo los canales digitales actuales), sino también novedosos e incluso en ocasiones extravagantes productos turísticos que consiguen saciar las necesidades de unos clientes, los turistas, cada vez más exigentes en la satisfacción de estas a su vez que comprometidos con los valores medioambientales y de justicia social imperantes en los destinos, aunque si bien es cierto es complicado restringir a los consumidores experiencias placenteras que conlleven consecuencias ambientales negativas (Araña y León, 2017) y teniendo en cuenta, que esta actividad es la responsable directa, por ejemplo, del 8% de las emisiones mundiales de gas de efecto invernadero (Le Hir, 2018).

En este sentido, parece que a la preocupación medioambiental se le ha unido también la filantrópica, al surgir, en los últimos tiempos, nuevas conceptualizaciones tales como el turismo solidario o el turismo responsable, en un afán por acercar una actividad básicamente económica a las preferencias de una clientela cada vez más involucrada con los valores morales, éticos o humanos, entre otros.

La influencia ya se deja notar en tanto en cuanto se considera que el turismo puede llegar a contribuir a la erradicación de la pobreza (dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio) a través de la iniciativa ST-EP o turismo sostenible a favor de la reducción de la pobreza, promoviendo el alivio de esta a través del apoyo de proyectos de desarrollo sostenible (Organización Mundial del Turismo, s.f.).

Este desarrollo sostenible del turismo (aunque en su vertiente medioambiental) queda también reconocido en el texto articulado *Código Ético del Turismo* (Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo, 2001), concretamente en el artículo tres, en el que se incide en el deber de los agentes responsables del desarrollo de la actividad de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible.

De la solidaridad y de la responsabilidad en este ámbito trata esta investigación cuya estructura ha sido dividida en diferentes bloques. Al actual apartado (Introducción) y el dedicado a los objetivos, metodología e hipótesis, se le ha añadido un primer apartado teórico con la intención de relacionar

los antecedentes del turismo responsable y solidario con la economía solidaria, al partir de la premisa del carácter económico de la actividad turística, también la amparada bajo los conceptos de solidaridad y responsabilidad.

A esta sección se le une otra dedicada al estudio, análisis y valoración del marco teórico del turismo solidario y responsable. Es posiblemente la sección con mayor contenido y presencia en la investigación, pues en la misma se realiza una recogida de referencias teóricas para ambos conceptos, así como su ordenación y valoración, incluyendo además las propuestas de definiciones para el turismo responsable y solidario que, una vez concluido el análisis bibliográfico, han sido posible determinar.

El estudio teórico le da paso a una breve reflexión sobre los llamados turismo responsable y solidario con el turismo inteligente, originado a partir de la llamada Inteligencia Turística, analizándose aquellos puntos en común que estas conceptualizaciones incluyen.

Finalmente, se incluye un apartado con las principales conclusiones extraídas, además de otro dedicado a la bibliografía consultada.

En definitiva, un artículo diseñado con el ánimo de esclarecer y comentar aquellos aspectos relacionados con la inclusión de la responsabilidad (social) y la solidaridad en el ámbito turístico que, como viene siendo habitual en este sector, se presta a diferentes interpretaciones y matizaciones.

2. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

Este artículo ha sido planteado a partir de una serie de cuestiones a responder, tales como ¿qué se entiende por turismo solidario y turismo responsable?, ¿existen diferencias entre ambos conceptos?, cuando se habla de turismo solidario y turismo responsable, ¿se refiere a dos tipologías de turismo?, ¿cuál es el marco teórico utilizado hasta el momento?, ¿se aprecian conexiones con la llamada Inteligencia Turística? Para dar respuesta a estas preguntas de la investigación se ha considerado conveniente consultar una serie de material bibliográfico relacionado con el ámbito de estudio que a su vez, ha sido analizado para su posterior valoración.

El objetivo principal de este artículo, por tanto, es estudiar, analizar y valorar el marco teórico de referencia en el que se desenvuelven los denominados turismo responsable y turismo solidario, estableciendo sus posibles conexiones con la Inteligencia Turística.

La hipótesis de partida se refiere a que el turismo responsable y solidario se presentan, erróneamente, como nuevas tipologías de turismo donde los valores venidos de la ética y la moral humanas han sido incorporados a este negocio con fines comerciales. Estos conceptos están más cerca de su identificación de un producto turístico que de la propia gestión del territorio, donde parece deberían encontrarse.

Finalmente, al tener este artículo un carácter eminentemente teórico, la metodología seguida ha sido la correspondiente a la búsqueda, selección, extracción, análisis e interpretación de fuentes bibliográficas, referencias, declaraciones y manifiestos relacionados con la temática tratada, que han permitido obtener una idea clara de las tendencias tóricas aplicadas a estos conceptos y de las interpretaciones varias existentes hasta el momento. Dada la globalidad del uso del término, se ha considerado conveniente la utilización de bibliografía internacional que ha enriquecido el estudio.

3. ANTECEDENTES: LA ECONOMÍA SOLIDARIA

Antes de indagar en la conceptualización del turismo solidario y responsable es conveniente, en primer lugar, determinar (aunque brevemente) qué se entiende por economía solidaria, en tanto en cuanto el turismo es una actividad con una fundamentación económica indiscutible y es posible que el turismo solidario se encuadre dentro de la economía solidaria.

El concepto de economía solidaria es un término conocido globalmente basado en los principios de solidaridad, mutualidad y gestión democrática (Silva, de Jesús y Minervino da Fonseca, 2011) que en cierta medida se presenta como una alternativa al individualismo agresivo de los modelos puramente capitalistas. Para Chaves y Monzón (2001) la consolidación del actual concepto se sitúa hace un cuarto de siglo, con la constitución en Francia del Comité Nacional de Enlace de las Actividades Mutualistas, Cooperativas y Asociativas (CNLAMCA) y con la aprobación de la Carta de la Economía Social (1982), especificándose en esta última la distribución de las ganancias en la propia entidad y en la mejora de los servicios a los socios y a la sociedad (Monzón, 1987 en Chaves y Monzón, 2001). Esta idea también la destaca Singer (2003) en Silva et al. (2011) indicando que este concepto hace alusión a los agentes del territorio (productores, consumidores...) que, por una parte, practican la autogestión como medio para promover la solidaridad entre sus miembros y por otra, practican la solidaridad entre la población trabajadora con especial interés en los más desfavorecidos.

Para Fabre y Yeste (2012), la economía solidaria es una corriente teórica alternativa al capitalismo (desarrollada ampliamente en América Latina) que se asienta en la adopción colectiva de las decisiones, la mejor integración de los elementos funcionales de la unidad económica y el desarrollo personal de los sujetos de cada una de estas unidades, es decir, propicia la participación en la toma de decisiones y en cierto modo, podría favorecer la calidad de vida de la población y los agentes participantes en el territorio a través del nombrado desarrollo personal de los sujetos. Supone, al fin y al cabo, "una forma diferente de entender el papel de la economía y los procesos económicos en las sociedades contemporáneas" (Pérez de Mendiguren y Etxezarreta, 2015:127).

Oliveira, Pasquotto, Batista, Schmidt y Teixeira (2013) señalan dos ramas de posibles análisis de la economía solidaria, por una parte los partidarios de identificarla como un nuevo modo de producción (defendida por autores como Novaes (2010) o Benini & Benini (2010)) y por otra, aquellos que la consideran como un mecanismo de política pública o de inserción social de los individuos y trabajadores en el sistema capitalista (patrocinada por Barbosa (2007) o Coriolano (2008)). Una variedad de orientaciones que, obviamente, plantea un problema, dada "la ausencia de criterios claros y universalmente aceptados que delimiten el campo organizativo de la Economía Solidaria". (Pérez de Mendiguren y Etxezarreta, 2015:128).

Flores y Barroso (2011) establecen una relación de la economía social con el desarrollo local, dando lugar a una serie de aspectos que caracterizarían a este tipo de economía en el ámbito territorial local y en su desarrollo. Algunos de estos aspectos son la rapidez de reacción de las entidades de economía social ante los problemas del entorno, la fundamentación en la democracia participativa, la determinación como objetivo principal mejorar la vida de la población y las condiciones de los trabajadores, el poder de generación de autoempleo, la capacidad de creación de tejido empresarial o el fomento de pequeñas y medianas empresas (relacionado directamente con el desarrollo local). Como se comprueba, esta economía social prioriza el bienestar en el ámbito local y la participación de los agentes del territorio en detrimento del beneficio económico o el crecimiento descontrolado de otras corrientes económicas capitalistas.

Las iniciativas basadas en los principios de economía solidaria han experimentado un sólido crecimiento en los últimos años (García, 2011 en Oliveira et al., 2013), llegando a influir también en el ámbito turístico, disponiendo de una terminología propia, el turismo solidario, o también la solidaridad aplicada al turismo, concebida incluso como una ventaja competitiva (económica y desarrollista) para el territorio, pues, tal y como afirman López-Guzmán, Millán y Melián (2007) incidiría en un incremento de la riqueza y el empleo de ese territorio concreto. Esta incorporación de la responsabilidad y la sostenibilidad en el negocio turístico hacen inevitable mencionar la ética en el ámbito económico, al ser el turismo una actividad con una base fundamentalmente económica. Así lo consideran Miedes y Flores (2013) cuando reconocen las importantes consecuencias de la misma en las relaciones económicas, y por ende, en el comportamiento y motivaciones de los agentes económicos. También la ética aplicada al turismo, concebida como el respeto a todos los componentes y agentes del producto turístico (De Juan, 2012).

Una vez analizadas las referencias teóricas sobre el concepto de Economía Solidaria, y teniendo en cuenta la amplitud del mismo y sus diferentes orientaciones, es posible extraer las siguientes características:

- Crecimiento sólido en los últimos años, que indica su aceptación en el campo económico.
- Priorización del bienestar en el ámbito local en detrimento del beneficio económico convencional.
- Propicia la participación, gobernanza y la autogestión.
- Se presenta como una nueva forma de entender la actividad económica en el territorio.
- Dispone de una influencia de la vertiente solidaria y democrática.
- Tiene capacidad para tomar decisiones con rapidez ante las posibles problemáticas.

En definitiva, la economía solidaria se plantea como una alternativa a los modelos agresivos de producción, dando valor y protagonismo al capital humano que habita el territorio donde se desarrolla la actividad económica concreta. En realidad, se trata de desarrollar la economía del lugar de una forma solidaria y responsable, que lejos de perjudicar al territorio (a través de la explotación, por ejemplo), lo beneficie y mejore, estableciéndose conexiones además con la sostenibilidad, la justicia social, la democracia, la participación, etc. Ahora bien, ¿cuál es la dimensión turística de esta terminología?, ¿es posible aplicar, por ejemplo, la autogestión que nombra la economía social en el turismo? En primer lugar, es preciso establecer cuál es el marco teórico en el que se desarrolla este concepto para después, intentar responder a estas cuestiones.

4. MARCO TEÓRICO DEL TURISMO SOLIDARIO Y RESPONSABLE

Si se parte de la idea de considerar que la solidaridad en el turismo se basa, en buena medida, en una gestión inspirada en la responsabilidad con el territorio y sus componentes, podría afirmarse que el turismo solidario conecta íntimamente con la necesidad de desarrollar un turismo responsable.

En este contexto de responsabilidad en el turismo se desenvuelve el pensamiento del propio Secretario General de la OMT (Organización Mundial del Turismo), Taleb Rifai, quien afirma que es imprescindible operar de una manera responsable para que el crecimiento turístico aporte mayores beneficios a la sociedad (Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2016). En el mismo documento, la organización (OMT) reconoce el impacto económico del turismo, las oportunidades de crecimiento y desarrollo económico para las economías locales y a su vez los retos y responsabilidades que este hecho conlleva (entre las que se encuentra, se intuye, la aplicación de valores de responsabilidad a la gestión de la actividad).

En una apelación para conseguir el equilibrio entre el territorio, la actividad turística y los consumidores (turistas), Rivera (2012) señala la meta de responsabilidad a alcanzar por el territorio, consistente en priorizar el bienestar de las poblaciones anfitrionas sin perjuicio de la satisfacción de los turistas y consumidores. Diferentes documentos de carácter internacional avalan esta corriente de responsabilidad y solidaridad en el sector. Es el caso de la Asociación Italiana de Turismo Responsable (AITR) (s.f.), que lo institucionaliza a través de su Carta de identidad para los viajes sostenibles (1997).

En la actualidad el turismo se desarrolla en un entorno cambiante con importantes efectos negativos sobre el medio (insostenibilidad, pobreza, supremacía del objetivo económico sobre la calidad de vida del ciudadano, falta de participación...). Para Pingel (2007) el turismo responsable surge para dar respuesta a estas y otras crisis/problemáticas de carácter global (el desempleo o la homogeneización cultural y pérdida de identidades locales, por ejemplo). Cantero (2012) también describe el contexto en el que se desarrolla la actividad, protagonizado por su integración en un sistema neoliberal globalizado, inmediatez en la comercialización del servicio, nuevos mercados en territorios/países empobrecidos (con operadores foráneos) y la tendencia "low cost" (bajo coste), que da lugar a un modelo no siempre respetuoso con el medio. Por tanto, este nuevo fenómeno surge en el contexto anteriormente descrito al que se le podría unir una mayor concienciación (generalizada) de los efectos negativos de un turismo masivo y descontrolado y un cambio en los hábitos de consumo en turismo, con el surgimiento de nuevas necesidades por parte de los turistas, quienes buscan un turismo más experiencial que además del disfrute de la actividad conlleve el desarrollo de valores éticos. Y por último, la aparición de nuevos productos turísticos como consecuencia de las tendencias habituales del mercado, muy presentes en un sector que en gran medida depende de nuevas modas y tendencias. Como es posible comprobar, este contexto descrito no es exclusivo de la actividad turística, sino de todo el ámbito económico, cultural y social, pues todas estas dinámicas y nuevas tendencias afectan, en mayor o menor medida, al resto de actividades económicas, con independencia de su relación o no con el turismo.

Si bien es cierto que existe una indudable identificación del turismo responsable con destinos recientes y/o exóticos situados principalmente en países/zonas subdesarrolladas, este movimiento ya tiene presencia en países europeos (Alemania, Francia e Italia) y ha surgido con fuerza en las regiones españolas de Cataluña y Madrid) (López-Guzmán, Millán y Melián, 2007).

Sobre el origen del turismo responsable parece haber consenso en fijarlo en los años 80 del siglo XX. La ONG Intermón Oxfam considera que a partir de esa fecha comienzan a surgir en Europa y Norteamérica orga-

nizaciones cuyo fin es desarrollar formas de turismo alternativo (Tourism Concern, 2004 en Gascón, 2013). En su desarrollo en España, se diferencian tres fases en la historia del turismo solidario (Gascón, 2013). La primera, iniciándose en 1980 y ocupando toda la década, con una motivación claramente de difusión política, a través, por ejemplo, de las llamadas brigadas solidarias. La década de los 90, marcada por la búsqueda de nuevos medios de financiación y apoyo a través del aumento del voluntariado para las ONG y, la década de 2000, motivada como medio para conseguir ingresos en las poblaciones receptoras de este tipo de viajes. Como se observa, según estas fases, se intuye que el territorio ha sido el receptor de la actividad turística, que ha sido programada desde el exterior para conseguir unos fines establecidos por entes ajenos a ese territorio.

De Juan (2012), quien marca la necesidad de incorporarlo a la planificación estratégica de cualquier destino, considera que el turismo responsable debe comenzarse por destinos rurales, de interior y naturales protegidos, dada la necesidad de aplicación de la responsabilidad en los mismos. Una idea parecida la comparten Lanquar y Rivera (2010) que, a pesar de reconocer que los criterios de responsabilidad deben aplicarse a todos los destinos en general, creen que debe hacerse particularmente en los pobres y en vías de desarrollo. Según estas afirmaciones, los destinos receptores de turistas solidarios deben ser territorios pobres o en vías de desarrollo. En ese caso, si el territorio consiguiera alcanzar un grado de desarrollo económico superior (gracias a la actividad turística, por ejemplo) ¿perdería su calidad de espacio solidario?, ¿dejaría de recibir turistas solidarios?, los turistas que recibiera, ¿pasarían de ser solidarios a turistas convencionales? Sin duda alguna, este marco teórico en el que se desarrollan estos conceptos invita a la reflexión continua.

Existe una tendencia habitual a hablar de turismo solidario y responsable de una forma concomitante, asociando ambos términos en un mismo contexto. Para Mekong Tourism (2017) no existe diferencia entre ambos, aunque recomienda usar responsable al considerar que implica un mayor compromiso. Aun así, ¿es lo mismo responsable que solidario? Tomando como referencia las definiciones de ambos términos y el contexto actual de estudio, podría decirse que la responsabilidad incidiría directamente en la gestión, o mejor dicho, en la autogestión del territorio turístico, mientras que la solidaridad estaría identificada con la predisposición a beneficiar (prestar ayuda) a un territorio concreto, ayuda venida desde un ámbito externo. Laquar y Rivera (2010) apoyan la diferenciación de conceptos y van más allá al relacionar el turismo solidario con la colaboración y compromiso del turista con la población/territorio a visitar, a través de algún proyecto de interés social y medioambiental en un país pobre o en vías de desarrollo. Esta afirmación reabre

el eterno debate sobre qué actividades estarían incluidas en el turismo o serían de carácter turístico, y cuáles no estarían amparadas bajo el paraguas del negocio. No se sabría determinar a ciencia exacta si el hecho de que un turista utilice sus vacaciones para desarrollar un determinado proyecto (solidario, en el ámbito tratado) y desplazarse a un destino concreto para desarrollar esta labor (asesoramiento, ayuda, un trabajo no remunerado...) sería una actividad puramente turística y por tanto, encuadrada en lo denominado como "turismo solidario". Quizá la siguiente cuestión contribuya a despejar esta afirmación: ¿se consideraría una actividad turística aquella que realiza una persona que se desplaza fuera de su lugar de residencia habitual en su tiempo libre para ayudar, por ejemplo, en un comedor social? Es posible que la línea de diferenciación se encuentre en la comercialización o no de la experiencia solidaria, en tanto en cuanto una empresa (de intermediación, por ejemplo) elabore y comercialice este producto, pasaría a formar parte de la actividad turística.

Con independencia de la cuestión anterior, no cabe duda que es interesante combinar ambos conceptos para completar tanto la visión externa como interna del territorio, es decir, una gestión correcta (responsable) beneficiada por la solidaridad de agentes externos (como por ejemplo una administración de ámbito nacional/internacional que define una política turística solidaria). De esta manera se completaría el binomio *cómo nos gestionamos* y *cómo nos benefician/ayudan* en nuestra gestión.

Llegados a este punto, es posible plantearse qué se entiende realmente por turismo responsable. Lanquar y Rivera (2010) conectan el turismo responsable con el turismo comunitario, con el Pro-poor tourism (o turismo orientado a los pobres (?), que al parecer consiste en la lucha contra la pobreza a través del establecimiento de una estrategia turística determinada) y con el ya nombrado turismo solidario.

En un principio, se tomarán como referencia las definiciones establecidas (dadas las conexiones) para el turismo solidario, que vienen a ser determinadas atendiendo a la motivación del turista (siendo esta la práctica de la solidaridad en los viajes que realiza (Holmes, Smith, Lockstone-Binney & Baum, 2010 en Fuentes-Moraleda, Muñoz-Mazón y Rodríguez-Izquierdo, 2016)), o el alivio de la pobreza y la sostenibilidad de la actividad en el territorio (entre otras) (Wearing, 2011 en Fuentes-Moraleda et al., 2016).

En esta misma línea de conceptualización se mueven Lanquar y Rivera (2010) al considerar que en el turismo solidario el turista tiene como principal motivación la solidaridad con la población y el destino de acogida, invirtiendo su tiempo de ocio en colaborar con proyectos de interés social y medioambiental en un país pobre o en vías de desarrollo, es decir, que el turista, lejos de visitar un monumento o pasar su tiempo de ocio en una playa, lo invierte en visitar, por ejemplo, lugares que los autores denominan

“espacios solidarios”, donde se desarrollan proyectos de cooperación para el desarrollo y que según afirman, forman ya un micro segmento de demanda en crecimiento (Francis y Goodwin, 2003 en Lanquar y Rivera, 2010).

Fuentes-Moraleda et al. (2016) establecen una serie de características que usualmente cumplen tanto la oferta como la demanda del turismo solidario y que pueden servir de orientación para el ámbito del turismo responsable. De la oferta destaca la formación previa al viaje, visitas a proyectos de desarrollo y organizaciones solidarias, utilización del tejido empresarial local, transparencia en los precios, número reducido de participantes por viaje y concentración de viajes a países del Sur. De la demanda, por su parte, se destaca la motivación del turista, que puede responder al altruismo (King y Linch, 1998 en Fuentes-Moraleda et al., 2016) o a la recompensa personal y social de la actividad (Stebbins, 1996 en Fuentes-Moraleda et al., 2016).

Estas definiciones parecen considerar al turismo solidario (también responsable) como un nuevo tipo de turismo pero, ¿realmente se trata de una nueva tipología? Mekong Tourism (2017) apunta a que se trata de un enfoque, no de un producto turístico. En la misma línea se encuentra Cantero (2012), al considerar que el turismo responsable no es una nueva tipología de turismo, sino un movimiento que afecta tanto a los agentes que conforman el territorio, como al propio destino, por tanto, se estaría hablando más que de tipología turística, de la aplicación de unos valores determinados en la gestión del territorio turístico. Sería, por tanto, más preciso hablar de responsabilidad aplicada al turismo que de turismo responsable.

A continuación, se recogen, en un cuadro resumen, las diferentes definiciones o referencias teóricas consultadas para los dos conceptos, tanto turismo solidario como responsable, estableciendo si su visión proviene desde la oferta, la demanda o ambas, además de ofrecer una breve valoración de las mismas.

Figura 1.: Cuadro resumen comparativo de análisis de definiciones para el turismo solidario y responsable.

	Autor/es	Definición/aproximación teórica	D	O	M	Valoración
Turismo	Laquar y Rivera (2010:675)	Colaboración y compromiso del turista con población/territorio a visitar, a través de algún proyecto de interés social y medioambiental en país pobre o en vías de desarrollo.	x			Simplificación del concepto desde el punto de vista del turista, es decir, de la demanda.
Solidario	Holmes et al. (2010) en Fuentes-Moraleda et al. (2016:37)	Turista tiene como principal motivación la solidaridad con la población y el destino de acogida. Actividades determinadas atendiendo a la motivación del turista (siendo esta la práctica de la solidaridad en los viajes que realiza).	x			No alude a la gestión del territorio ni a la participación del resto de agentes del mismo. Determinación un tanto parca. La solidaridad se convierte en el principal "recurso" del destino. El territorio es receptor de las acciones.
	Wearing, 2001 en Fuentes-Moraleda et al. (2016:37)	Alivio de la pobreza y la sostenibilidad de la actividad en el territorio.	x			La afirmación reduce este tipo de turismo a aquellos destinos que son considerados pobres o (se intuye) donde exista población pobre.

	<p>Fuentes-Moraleda et al., (2016:37)</p>	<p>Características: De la oferta: la formación previa al viaje, visitas a proyectos de desarrollo y organizaciones solidarias, utilización del tejido empresarial local, transparencia en los precios, número reducido de participantes por viaje y concentración de viajes a países del Sur. De la demanda: motivación del turista, que puede responder al altruismo (King y Linch, 1998 en Fuentes-Moraleda et al., 2016) o a la recompensa personal y social de la actividad (Stebbins, 1996 en Fuentes-Moraleda et al., 2016).</p>	<p>X</p>	<p>Es una definición que combina la visión de la oferta y la demanda. Sus puntos fuertes se encuentran en la concreción de los "requisitos" a cumplir desde ambas ópticas, lo que facilita su asimilación. Limita la actividad a los territorios del Sur.</p>
	<p>López-Guzmán, Millán y Melián (2007:88)</p>	<p>Actividad económica en el que los procesos de desarrollo se realizan esencialmente en beneficio de las poblaciones directamente afectadas y ubicadas en Países en Vías de Desarrollo, y de acuerdo con dos premisas: primera, que el turismo minimice el impacto sobre el entorno, buscando conservar el patrimonio local, las culturas, las tradiciones, el medio ambiente, etc.; y segunda, que el turismo fortalezca las sociedades locales, gracias a dinámicas económicas autónomas.</p>	<p>x</p>	<p>Interesante la visión del turismo solidario como actividad económica. Considera al territorio/destino como receptor de la actividad (y sus beneficios) pero no participante de la misma.</p>
	<p>Primer Foro Internacional de Turismo Solidario y Desarrollo sostenible (2003) en López-Guzmán, Millán y Melián (2007:92)</p>	<p>Movimiento social que busca desarrollar determinadas áreas en base a la actividad turística, implicando un desarrollo local que se construya en base a los recursos humanos, sociales, culturales, económicos y medioambientales de estas comunidades.</p>	<p>? ? ?</p>	<p>No es posible determinar su punto de vista. Llama la atención la consideración del turismo solidario como un movimiento social. El turismo es entendido, por tanto, como una herramienta de desarrollo del territorio.</p>

Turismo Responsable	Mekong Tourism (2017)	Se trata de un enfoque, no de un producto turístico.	?	?	?	La simpleza de la definición no repercute en el interés de la misma, pues al tratarse de un enfoque este permite concebir al turismo responsable como una alternativa de gestión y no como un producto turístico a comercializar.
	Cantero (2012) en Rivera y Rodríguez (2012)	No es una nueva tipología de turismo, sino un movimiento que afecta tanto a los agentes que conforman el territorio, como al propio destino.	x			Parece estar más cerca del punto de vista de la oferta que de la demanda, que por otra parte, no aparece en la propia definición.
	ICTR (2002)	Características orientadas, principalmente, a la consecución del beneficio del territorio y sus agentes, como son su capacidad por minimizar los impactos económicos, ambientales y sociales negativos, la generación de beneficios económicos para la población local y mejoramiento de su bienestar, condiciones de trabajo y accesibilidad a la industria, la participación de la población en la toma de decisiones, la contribución a la conservación del patrimonio natural y cultural y la diversidad, la conexión de los turistas con la población residente a través de experiencias más agradables, la accesibilidad a personas con discapacidad física y la potenciación de la sensibilidad cultural	X			Es una de las definiciones más completas, al concebir al territorio no únicamente como receptor de las acciones, sino como participante (a través de la población residente) a través de la conexión con los turistas.

	AITR (1997:2)	Un turismo que sea sostenible desde el punto de vista ambiental, socioeconómico y cultural. Un turismo que apoye el desarrollo y la autodeterminación económica y cultural de las comunidades del Sur y del Norte del mundo que lo practican.	X	Incluye la sostenibilidad total, hecho muy positivo para un desarrollo turístico equilibrado y acorde con el territorio. Tiende, como otras definiciones anteriores, a la división entre los países del Sur (pobres) y del Norte (ricos), llegando a ignorar las posibilidades de aplicación de los criterios responsables a otras realidades, como los territorios poco desarrollados en países ricos, destinos afectados por el turismo de masas o la contaminación...
	Centro de Iniciativas para la cooperación Batá, en Blázquez (2017)	Orientación general de la industria turística que debe estar presente en las políticas públicas, basada en el respeto a los derechos humanos, la lucha contra la pobreza, la protección del medio-ambiente y la lucha contra el cambio climático, la protección de la diversidad de las expresiones culturales, la equidad de género y el empoderamiento de la mujer (?).	x	Se nombra la inclusión de esta orientación en las políticas públicas, hecho que confirma que se entiende el turismo responsable no desde el punto de vista de la demanda (un producto que se reclama para satisfacer las necesidades del turista) sino como una influencia en la gestión pública del territorio.
	López-Guzmán, Millán y Melián (2007:89)	Una actitud de respeto que debe de tener el viajero hacia los lugares y personas que visita. Por tanto, estos viajes han de tener un mínimo impacto ambiental, un positivo intercambio de experiencias entre las personas y la máxima equidad económica.	x	Los criterios que incluyen son un tanto genéricos que parecen recaer más en la buena voluntad del turista, que en la propia gestión del territorio.

	Soliguer (2017)	<p>Se crea el concepto "gestión pública socialmente responsable del turismo" ante la falta de concreción en la definición. Se trata de políticas públicas socialmente responsables que integran el desarrollo sostenible en sus actuaciones en lugar del turismo sostenible. En concreto, se refieren al desarrollo de políticas públicas que contemplan los intereses de los ciudadanos, en sustitución de las actuales, orientadas exclusivamente a satisfacer los intereses económicos y políticos de los lobbies turísticos y de los partidos políticos que las fomentan.</p>	x	<p>El concepto es novedoso por referirse a la gestión del territorio bajo los parámetros que la autora considera como responsables, además de incluirlos en las políticas públicas.</p> <p>A pesar de tener en cuenta la defensa de los intereses de los ciudadanos, no se incluye una participación de estos (además del resto de agentes) en el consenso de estas políticas, por tanto, se considera que servirán como receptores de las mismas.</p>
Kerala Tourism and ICRT India (2008:1)	<p>El turismo responsable no es un producto; es un enfoque que puede ser usado por viajeros y turistas, tour operadores, proveedores de alojamiento y transporte, gestores de atracción de visitantes, autoridades de planificación/organización, gobiernos nacional, regional, provincial y local.</p>	X	<p>Es una de las definiciones más completas y certeras, al considerar al turismo responsable como un enfoque que puede llegar a ser utilizado por todos los agentes que conforman el territorio, incluido los turistas. Aunque, si bien promueve una amplia participación, uno de sus puntos débiles es la ausencia de la población en este proceso, impidiendo considerar la orientación totalmente válida y como una alternativa al modelo de gestión. Se intuye, por tanto, que se ofrece como una herramienta de planificación para los agentes.</p>	

	Weeden (2014) en Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L. y Kim, W.G. (2017:298).	Movimiento que trata de minimizar cualquier impacto perjudicial asociado con las actividades de viaje.	¿?	¿?	¿?	La definición va en consonancia con otras ya nombradas al considerar el turismo responsable como un movimiento, y no un tipo de turismo.
	Responsible Tourism Conference (2012) en Lee et al. (2017 :299)	Turismo que intenta minimizar los impactos negativos ambientales, sociales y culturales, y genera mayores beneficios económicos para la población local.			X	Incluye el beneficio para la población local pero únicamente desde su perspectiva económica.
	Weeden (2005) en Lee et al. (2017:299)	Forma de viajar que crea mejores lugares para que la gente viva, y mejores lugares para visitar (Declaración de Ciudad del Cabo, 2002).	¿?	¿?	¿?	El beneficio en esta ocasión también repercute en el propio destino, al mejorarlo como territorio a visitar.

D.: Punto de vista desde la demanda

O.: Punto de vista desde la oferta

M.: Punto de vista mixto

Fuente: elaboración propia a partir de definiciones de otros autores.

Como se observa, existen diferentes puntos de vista para definir unos mismos conceptos, aunque bien es cierto, la mayoría de ellos incluyen la ejecución por parte del turista de actitudes con el territorio que buscan su beneficio y/o minimizar los impactos negativos de la actividad turística.

Así mismo, es una dinámica habitual en este marco referencial teórico, la práctica ausencia de la gobernanza, entendida como la participación de todos los actores que conforman el territorio, sobre todo la población, a pesar de ser señalada como uno de los beneficiarios principales de la actividad programada (tanto la responsable como la solidaria). Este hecho puede deberse a la concepción de la actividad turística desde el punto de vista de la demanda (concentrada en las necesidades del turista) y de la oferta (preocupada por satisfacer estas), por tanto, una visión de producto, comercial, en la que incluso los valores morales y las buenas prácticas de los turistas y la situación de pobreza del destino son comercializadas, siendo aprovechadas como un nuevo nicho de mercado. De hecho, existen agencias especializadas en ofrecer viajes solidarios¹, además de Organizaciones no gubernamentales (ONG) haciendo uso, las unas y las otras, de este tipo de viajes como fuente de recaudación de fondos (Caballero, 2017). El producto ofrecido suele cumplir los preceptos marcados en el ámbito teórico: visitas a países/territorios desfavorecidos, sostenibilidad y respeto por las culturas/entornos locales, reparto justo y equitativo del beneficio económico del viaje entre el tejido local... a los que incluso se añaden como atractivo con un componente un tanto extravagante, plantar árboles o bañar elefantes (oferta encontrada en la dirección web antes citada).

El turismo responsable, por todo, lejos de estar identificado con una nueva tipología turística (puesto que la responsabilidad en sí misma no puede funcionar como un recurso susceptible de ser comercializado, en todo caso, funciona como una motivación del cliente), viene a ser una tendencia o movimiento ético consistente en la aplicación de valores de corte moral (entre los que se encuentran, por ejemplo, la solidaridad, la justicia, la equidad social y el respeto) en la organización, la comercialización y planificación del viaje, así como en la gestión del territorio. Estos criterios, al corresponderse con cuestiones del ámbito ético, pueden llegar a manifestarse e interpretarse de una forma subjetiva, según los territorios y las culturas.

La red ICTR² (2002), como se ha comprobado en el cuadro anterior, le asigna una serie de características orientadas, principalmente, a la consecución del beneficio del territorio y sus agentes, como por ejemplo su capacidad por minimizar los impactos económicos, ambientales y sociales

¹ Sirva como ejemplo la siguiente dirección web: http://www.turismoresponsable.es/tipo-de-viaje/voluntariado_25.html

² International Centre for Responsible Tourism o Centro internacional para el turismo responsable (en español). <http://responsibletourismpartnership.org/>

negativos, la generación de beneficios económicos para la población local y mejoramiento de su bienestar, condiciones de trabajo y accesibilidad a la industria, la participación de la población en la toma de decisiones. Como se observa, características todas ellas que tienen que ver con valores éticos fácilmente comprensibles y obviamente beneficiosos, no únicamente para un tipo de destino concreto (pobres o subdesarrollados, por ejemplo, tal y como se orientan en determinadas afirmaciones) sino para la amplia mayoría de ellos.

Tal y como se ha comprobado, existen multitud de variantes para un mismo concepto, en este caso se estudian dos, el turismo solidario y el turismo responsable. Una vez consultadas las diferentes fuentes bibliográficas, es posible indagar en la modulación de la definición de ambos conceptos.

En primer lugar, se considera conveniente sustituir los términos turismo solidario y turismo responsable por la responsabilidad y solidaridad aplicadas al turismo, para así evitar errores al considerar como nuevas tipologías turísticas a estos dos conceptos. Estas denominaciones formarían parte de una fórmula de gestión del destino, que inspiraría la planificación y determinación de la política turística a aplicar en el mismo, evitando así su simplificación a meros productos a comercializar.

En segundo lugar, se recomienda introducir el término solidaridad en el de responsabilidad, al entender este último como más amplio y completo. Por tanto, la responsabilidad en el turismo estaría determinada, entre otros aspectos, bajo los criterios de la solidaridad.

Se considera, en definitiva, que el turismo responsable se trata de un movimiento que debería estar más relacionado con la forma de gestionar el territorio que con las características del cliente y del producto/servicio a consumir. Por ello, se presentan una serie de factores que podrían servir de referencia para su aplicación a la gestión del territorio susceptible de desarrollarse bajo los criterios de la responsabilidad turística, estos son:

- Sostenibilidad total³ en la actividad turística a desarrollar.
- Mantenimiento de la identidad del territorio turístico.
- Participación ciudadana y gobernanza.
- Beneficio de la población local en detrimento de su "fuga" a mercados e intermediarios externos.
- Solidaridad en la gestión, planificación y comercialización del producto/servicio turístico (diseñado y vendido bajo criterios de justicia social, equidad y autogestión)⁴.

³ Sostenibilidad económica, cultural, social y medioambiental.

⁴ En este sentido, la solidaridad no es entendida como la buena voluntad recibida por parte de los turistas en su período de vacaciones, sino en la propia planificación y comercialización del destino. La solidaridad deja de ser una opción voluntaria dependiente del turista

En cuanto al llamado turismo solidario o solidaridad aplicada al turismo, podría plantearse (desde el punto de vista de la oferta) como aquella característica que formaría parte de una gestión turística responsable cuyos agentes que conforman el destino ejercen la actividad movidos no únicamente por motivaciones económicas, sino también sociales, medioambientales y culturales, cuyos beneficios serían redistribuidos de forma equitativa con vistas al disfrute y mejora de la calidad de vida de la población residente de ese territorio, beneficiando al destino en su conjunto, con independencia del nivel de pobreza/desarrollo del mismo. Se entiende, de esta forma, a la solidaridad como la búsqueda del beneficio al territorio turístico en toda su amplitud, y no a acciones concretas (como proyectos de desarrollo de organizaciones no gubernamentales, por ejemplo) que pueden tender a la comercialización de los valores que los promueven.

Es interesante también analizar la figura del turista en este ámbito, en tanto en cuanto se manifiesta el compromiso de este con el territorio (con un consumo responsable) e incluso se llega a afirmar su obligación de abstenerse “de cualquier actuación directa en el destino que no esté bajo el control de las comunidades locales” (Lanquar y Rivera, 2010:675). Esta afirmación tiende a responsabilizar al turista en su consumo y abre, de nuevo, un cuestionamiento sobre la responsabilidad (valga la redundancia) del consumidor en tanto en cuanto se le exige el análisis del cumplimiento de los requisitos que marca el turismo solidario en el producto turístico a adquirir, asimilando funciones de auditoría e inspección que a voz de pronto, se consideran impropias para un consumidor, sí quizá para los agentes encargados de la gestión del destino.

Así mismo, se aprecia una cierta confusión entre un turista (que, por muchos valores de solidaridad y responsabilidad posea, no deja de ser un consumidor) a un voluntario (que, obviamente, es movido por otra serie de factores). El primero, como cliente, adquiere un producto para su ocio, disfrute y satisfacción personal, al cual le han sido fijados un precio y una duración (normalmente muy corta, al desarrollarse en un período vacacional). Por tanto, habría que determinar si el valor filantrópico en el que es envuelto este producto realmente incide de una forma importante, directa y beneficiosa para la comunidad local o si por el contrario, cumple las funciones básicas de entretenimiento a turistas. Se considera arriesgado, por todo, tipificar como actividad turística la buena voluntad humana y fijar a la pobreza como el principal recurso o atractivo.

Hasta aquí el marco referencial teórico del llamado turismo responsable que, a continuación, será contrapuesto con la llamada Inteligencia Turística, un reciente concepto que presenta novedad en la gestión de destinos.

para formar parte de un requisito de gestión territorial.

5. DEL TURISMO RESPONSABLE AL TURISMO INTELIGENTE: BREVE REFLEXIÓN

Recientemente en el sector del turismo han aparecido nuevos conceptos en la gestión y planificación de la actividad en los territorios, se trata de la Inteligencia Turística (IT) y los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que han incluido importantes novedades en el sector.

La IT está compuesta por una serie de ejes o principios cuyo análisis y comparación con lo establecido por el llamado turismo responsable permiten una comparativa. Estos ejes son la gobernanza (participación de todos los agentes que conforman el destino), la sostenibilidad (medioambiental, social, cultural y económica), la información (su tratamiento, análisis, difusión y retroalimentación) y la innovación (innovación total, no únicamente tecnológica) (Perogil, 2017).

El nuevo concepto de desarrollo turístico sostenible y participativo que plantea la IT, conecta, en cierto modo, con el concepto de turismo responsable, siendo posible determinar los siguientes puntos en común:

- Ambos conceptos se ofrecen como una alternativa a la gestión de los territorios turísticos, aportando importantes novedades en cuanto a la planificación de la actividad, su comercialización y desarrollo.
- El turismo responsable y la IT buscan, como fin último, el beneficio obtenido para el territorio a través del desarrollo de la actividad. Se promueve, por tanto, evitar que la población receptora no obtenga la rentabilidad esperada.
- La sostenibilidad está contemplada como un requisito esencial en ambos conceptos, si bien en el ámbito de la responsabilidad se incide en la relacionada con el medio ambiente y la cultura local, siendo una sostenibilidad total (medioambiental, social, económica y cultural) la contemplada en la IT.

Existen, sin embargo, puntos en los que difieren, como por ejemplo en la utilización de la innovación (tecnológica) que la IT incluye y que el turismo responsable obvia, si bien por motivos evidentes. Es complicado que un territorio con altos índices de pobreza y bajo desarrollo pueda permitirse la inversión en innovación, y menos aún, en nuevas tecnologías de la información que, además de la falta de presupuesto, será complicado utilizar debido a la falta de infraestructuras.

Otro de los puntos en los que existe una diferencia en la interpretación es en la gobernanza, es decir, la participación de todos y cada uno de los agentes que conforman el destino. En la IT la gobernanza es esencial, de hecho, es uno de sus signos de distinción y mayores novedades en la ges-

tión del territorio. Sin embargo, en la responsabilidad turística, la población y los agentes del territorio funcionan como receptores de los beneficios del turismo, pues la planificación y diseño de la actividad es realizada por agentes externos, con asiduidad ONG y agencias especializadas asentadas en países alejados del territorio turístico.

Y finalmente, el turismo responsable parece estar enfocado a destinos con características especiales (situados en países poco o nada desarrollados, con alto nivel de pobreza y desigualdades...), mientras que la IT y su flexibilidad le permite ser adaptada a cualquier tipo de destinos, aunque con matices y especificidades.

En lo que respecta al turismo solidario, la IT propicia un entorno adecuado al desarrollo de la solidaridad aplicada a este territorio, en tanto en cuanto, promueve la autogestión, la erradicación de la pobreza, el beneficio a las comunidades locales... Tanto la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información como la gobernanza, (que propicia la nombrada autogestión) son fundamentales para avanzar en el turismo solidario desde el punto de vista de la oferta, al gestionar los territorios y *producir* viajes influenciados por lo establecido por la economía social y solidaria.

En definitiva, a través de esta breve reflexión han quedado evidenciadas las características que conectan a ambos conceptos y permiten, así mismo, abrir nuevas líneas de investigación que profundicen en la combinación de ambos.

6. CONCLUSIONES

Si bien existen puntos en común en las diferentes definiciones y aproximaciones teóricas sobre los conceptos de turismo solidario y responsable, no se aprecia un consenso generalizado y ampliamente aplicable a la globalidad del mercado turístico. Es preciso, así, determinar un marco teórico común que sirva de referencia.

Es común caer en el error de definir y limitar el turismo (solidario y responsable) desde el punto de vista del turista, es decir, caracterizando el comportamiento de la persona que viaja. Pero se descuida la cuestión más importante: cómo se presta el servicio, qué empresas participan, cómo se distribuye el beneficio, cómo impactan al medioambiente y en la sociedad... Esta afirmación avala la idea de concebir la responsabilidad y sobre todo la solidaridad como productos turísticos a comercializar, quedando estos conceptos incluidos en un paquete turístico y siendo identificados como un recurso más a ofrecer, cuando en realidad ambos, tanto la responsabilidad como la solidaridad, deberían funcionar como ideas inspiradoras de una planificación y política turísticas responsables y comprometidas con el desarrollo adecuado y equilibrado del territorio.

En este sentido, se aprecia una comercialización de valores morales y éticos que, si bien son favorecedores y enriquecedores para las sociedades actuales, distan de ser concebidas como funciones o características turísticas, como por ejemplo, los valores morales de cada consumidor.

La figura del turista como responsable directo de la actividad se considera errónea pues, el beneficio y éxito de la misma dependerá, por tanto, de su buena voluntad, un criterio aleatorio y de interpretación discutible y variada según cada persona.

Finalmente, y siguiendo las anteriores conclusiones, es posible contestar a la siguiente cuestión: ¿sólo es posible hablar de responsabilidad y solidaridad en países en vías de desarrollo? Sería una simpleza delimitar estos conceptos a territorios desfavorecidos en tanto en cuanto los principios que establece la responsabilidad aplicada al turismo permiten una gestión más favorecedora del territorio turístico cuyos efectos negativos (masificación, no sostenibilidad...), son comunes también a territorios considerados ricos, pues se trata de una formulación de gestión cuya diferencia estriba en explotar los recursos con fines comerciales (dando lugar a un efecto negativo en el medio) a aprovecharlos comercialmente (que implica una relación respetuosa de la actividad con el medio). Se considera, en conclusión, que más que dos tipologías nuevas de turismo (solidario y responsable) se trata de una fórmula alternativa de gestión y producción de turismo que casa en gran medida con las tendencias de los territorios inteligentes, tal y como se ha podido comprobar en este documento

7. BIBLIOGRAFÍA

- Araña, J.E. y León, C.J. (2017). *Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. Turismo sostenible, un debate todavía abierto a la discusión*. Cuadernos económicos. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Disponible en: <http://www.revistasice.com/es-ES/CICE/SiteAssets/Paginas/UltimoCuaderno/CICE93%20PUBLICADO.pdf>
- Asociación italiana turismo responsable (AITR). (s.f.). *Turismo responsable en red, el caso italiano*. Disponible en: <http://www.ub.edu/cultural2/turcoop/Turismo%20responsable%20en%20red.pdf>
- Blázquez, C. (2017). *Declaración por un turismo responsable y solidario en Andalucía*. Centro Español de Turismo Responsable. Disponible en: <http://www.ceturismoresponsable.com/declaracion-por-un-turismo-responsable-y-solidario-en-andalucia/>
- Caballero, E. (9 de enero de 2017). Turismo solidario: ¿fenómeno sostenible o moda paternalista? *El Diario.es*. Disponible en: https://www.eldiario.es/edcreativo/viajes/Turismo-solidario-fenomeno-sostenible-paternalista_0_599840188.html
- Cantero, R. (2012). *Turismo responsable, cooperación internacional y edu-*

- cación para el desarrollo*. En Rivera y Rodríguez (coord.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 323-344). Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>
- Chaves, R. y Monzón, J.L. (2001). *Economía social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas*. Revista CIRIEC España. N.º. 37, pp. 7-33. Disponible en: <https://www.uv.es/uidescoop/CIRIEC-37%20RCH%20-%20JLM.pdf>
- De Juan, J.M. (2012). *Ética y turismo responsable: de los principios a las buenas prácticas*. En Rivera y Rodríguez (coord.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 65-81). Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>
- Fabre, D.A. y Yeste, S. (2012). *Deconstruir la globalización desde la economía solidaria*. Revista de Paz y Conflictos. Universidad de Granada. N.º. 5, pp. 93-119. Disponible en: http://www.ugr.es/~revpaz/articulos/rpc_n5_2012_art5.pdf
- Flores, D. y Barroso, María de la O. (2011). *Desarrollo rural, economía social y turismo rural: un análisis de casos*. CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa. Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative. Valencia. N.º. 70, pp. 55-80. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17418829003>
- Fuentes-Moraleda, L., Muñoz-Mazón, A. y Rodríguez-Izquierdo, S. (2016). *El turismo solidario como instrumento de desarrollo: un estudio de caso para analizar las principales motivaciones de los turistas solidarios*. Cuadernos de turismo, n.º. 37, pp. 227-242. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/256221/194121>
- Gascón, J. (2013). *El turismo solidario en el Estado Español: de instrumento político a producto comercializable*. En Gascón, Morales y Tresserras (eds.), *Cooperación en Turismo, nuevos desafíos, nuevos debates* (pp.183.206). Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSrep13.pdf>
- Gascón, J., Morales, S. y Tresserras, J. (eds.). (2013). *Cooperación en turismo. Nuevos desafíos, nuevos debates*. <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSrep13.pdf>
- ICTR (International Centre for Responsible Tourism). (2002). Disponible en: <http://responsibletourismpartnership.org/>
- Kerala Tourism and ICRT India. (2008). *The Kerala declaration on responsible tourism*. Second International Conference on Responsible Tourism in Destinations. Kerala. Disponible en: <http://www.haroldgoodwin.info/documents/KeralaDeclaration.pdf>

- Lanquar, R. y Rivera, M. (2010). *El proyecto "TRES" y la declaración de Córdoba (España): una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa*. Revista de turismo y patrimonio cultural PASOS. Vol. 8, n°. 4, pp. 673-687. Disponible en: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.059>
- LeHir,P.(2018).*Letourismefaits'envolverleréchauffementplanétaire*.LeMonde. Disponible en : http://www.lemonde.fr/climat/article/2018/05/07/le-tourisme-fait-s-envoler-le-rechauffement-planetaire_5295656_1652612.html?utm_campaign=Echobox&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#link_time=1526018679
- Lee, H.Y., Bonn, M.A., Reid, E.L. y Kim, W.G. (2017). *Differences in tourist ethical judgment and responsible tourism intention: An ethical scenario approach*. Tourism Management. N°. 60, pp. 298-307. Disponible en: www.elsevier.com/locate/tourman
- López-Guzmán, T.J., Millán, G., Melián, A. (2007). *Turismo solidario. Una perspectiva desde la Unión Europea*. Universidad Austral de Chile. Valdivia. Chile. N°. 8, pp.: 85-104.
- Mekong Tourism. (2017). *Definitions and Principles. What is Sustainable Tourism?*. Disponible en: <http://www.mekongtourism.org/knowledge-center/responsible-tourism/>
- Miedes, B. y Flores, R. (2013). *La invención del homo economicus y la expulsión de la ética de la economía. ¿Un camino sin retorno?* Revista de Economía Mundial 35, pp. 21-45.
- Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo. (2001). *Código ético mundial para el turismo*. Disponible en: http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/codigo_etico_OMT.pdf
- Oliveira, D., Pasquotto, M. A., Batista, M. Schmidt, V. y Teixeira, D. (2013). *La relación entre la economía solidaria y el desarrollo local. Un estudio de caso volcado a los emprendimientos solidarios del turismo brasileño*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina. Vol. 22, núm. 4, pp. 745-762. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180728712007>
- Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (2016). *El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos*. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_20170126.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *La iniciativa ST-EP. Antecedentes y objetivos*. Disponible en: <http://step.unwto.org/es/content/antecedentes-y-objetivos>
- Pérez de Mendiguren, J.C. y Etxezarreta, E. (2015). *Sobre el concepto de economía social y solidaria: aproximaciones desde Europa y América*

- ca Latina. Revista de Economía Mundial. N° 40, pp. 124-144. Disponible en: <https://www.sem-wes.org/sites/default/files/revistas/08%20P%C3%A9rezdeMendiguren%20REM40.pdf>
- Perogil, J. (2017). *Inteligencia Territorial y Turismo. La gestión pública de los Destinos Turísticos Inteligentes* (tesis doctoral). Universidad de Huelva. Huelva.
- Pingel, C. (2007). *Turismo solidario en el marco del turismo responsable. Contextos, conceptos y aplicaciones*. Monografía de graduación. Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/1406/1/pingel_c.pdf.
- Responsible Tourism Partnership. (2002). *Cape town declaration on responsible tourism. International Conference on Responsible Tourism in Destinations. Ciudad del Cabo*. Disponible en: <http://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/>
- Rivera, M. (2012). *Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable*. En Rivera y Rodríguez (coord.), *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario* (pp. 15-42). Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>
- Rivera, M. y Rodríguez, L. (coord.). (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Cátedra Intercultural. Universidad de Córdoba. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525510>
- Silva, J.P., de Jesús, P. y Minervino da Fonseca, J. (2011). *Turismo, economia solidária e incluso social em Porto Galinhas, PE*. Cuaderno Virtual de Turismo, vol. 11, pp-325-340. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Brasil. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115421323003>
- Soliguer, A. (2017). *Gestión pública socialmente responsable del turismo en Cataluña*. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vo. 15, num. 2, pp. 319-332. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/en/articles/download/file?fid=57.1054>