

ODS en los parques temáticos: el camino hacia la economía circular

Jorge Luis RODRÍGUEZ-VALDÉS y Concepción FORONDA-ROBLES

SHNB



SOCIETAT D'HISTÒRIA
NATURAL DE LES BALEARS

XVII INTERNATIONAL COLOQUIUM
ON TOURISM AGE-IGU



Rodríguez-Valdés, J. y Foronda-Robles, C. 2020. Objetivos de Desarrollo Sostenible en los parques temáticos: el camino hacia la economía circular. *In: Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitino-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 161-170. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

El presente artículo describe de manera analítica, descriptiva y comparada, la relación del sector de los parques temáticos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por los gobiernos de las principales potencias mundiales para su consecución en 2030. En particular, la investigación centra su esfuerzo en el ODS 7 “energía asequible y no contaminante” y el ODS 12 “producción y consumo responsable”. En ese sentido, a lo largo del texto se reflejan las principales acciones emprendidas por algunos de los operadores y parques temáticos de mayor éxito del mundo encaminadas a alcanzar los objetivos señalados. La principal novedad de este ejercicio consiste en trasladar un tema de gran impacto en la comunidad académica y económica como es el estudio de la sostenibilidad y los ODS al subsector turístico de los parques temáticos.

Palabras clave: huella de carbono; parques temáticos; responsabilidad social corporativa; turismo sostenible; objetivos de desarrollo sostenible.

DEVELOPMENT SUSTAINABLE GOALS IN THEME PARKS: TOWARDS THE CIRCULAR ECONOMY. This article describes, in an analytical, descriptive and comparative manner, the relationship of the theme park sector with the Sustainable Development Goals set by the governments of the major world powers for their achievement in 2030. Specially, the research focuses on ODS 7 "affordable and clean energy" and ODS 12 "responsible production and consumption". Accordingly, the main actions taken by some of the world's most successful operators and theme parks to achieve the fixed objectives, are reflected throughout the text. The main novelty of this exercise consists of transferring a subject of great impact on the academic and economic community, such as the study of sustainability and ODS, to the theme park tourism sub-sector.

Keywords: carbon footprint; theme parks; corporate social responsibility; sustainable tourism; sustainable development goals.

Jorge Luis RODRÍGUEZ-VALDÉS BARBADO, Calle León XIII, N°39 1ºB, 41009, Sevilla jorrodbar@alum.us.es; Concepción, FORONDA-ROBLES, Facultad de Turismo y Finanzas, San Francisco Javier s/n, 41018, Sevilla, foronda@us.es

Recepción del manuscrito: 10-junio-2020; revisión aceptada: 6-agosto-2020.

Introducción

No es baladí afirmar que los conceptos responsabilidad social corporativa y sostenibilidad están estrechamente ligados a la realidad actual de las empresas, suponiendo una obligación de carácter moral para quienes ejercen la actividad económica, el velar por

el cumplimiento de los tres pilares de la sostenibilidad (Lalangui *et al.*, 2017). En 2015, líderes mundiales de diversas potencias económicas fijaron una serie de objetivos comunes a todas las naciones (Objetivos de Desarrollo Sostenible, a partir de ahora ODS) para erradicar la pobreza y garantizar el cuidado del planeta, teniendo en cuenta que los Objetivos de Desarrollo del Milenio no se cumplieron (Briant, 2017; Fukuda-Parr y otros, 2013). Un lustro más tarde, muchos de estos planteamientos siguen siendo algo utópico, bien por la complejidad, por la falta de recursos para financiar operaciones que permitan alcanzarlos o por la escasa inversión de tiempo por parte de los responsables.

Este contexto es aún más marcado en el sector turístico, donde el uso de los recursos se produce de forma masiva. El presente artículo plantea un análisis donde se estudia la implicación en materia de sostenibilidad por parte de algunos de los principales operadores y parques temáticos del mundo (Walt Disney Company, Universal Studios, Parques Reunidos o PortAventura World, entre otros). Para este proyecto, se han tenido en cuenta algunos ODS, como son la utilización de energía asequible y no contaminante (ODS 7) y la producción y consumo responsable (ODS 12), con intención de observar en qué grado se ponen en práctica acciones que acorten, cada vez más, el camino para la consecución de estos fines. La limitación espacio-temporal hace difícil ahondar en el resto de los objetivos, no obstante, puede sentar la base para la realización de futuros proyectos.

La producción y el consumo responsable, en el caso de los parques temáticos, puede observarse en el seno del *merchandasing* (tiendas de los parques), la venta de entradas (o *ticketing*) o la hostelería (restaurantes, puestos ambulantes y otros). En lo referente al campo energético, éste puede extrapolarse a las atracciones, los espectáculos y otros productos ofertados cuyo funcionamiento necesita de energía, siendo el interés en este caso, conocer si éstas son renovables. El objetivo primordial será esclarecer si los sujetos estudiados incorporan en estos terrenos medidas sostenibles. Los parques temáticos, por sus características particulares, tienen capacidad para atraer un volumen de demanda elevado, actuando en muchos casos como destinos turísticos. Este hecho justifica la necesidad de analizar estos destinos como elementos articuladores del turismo y, por tanto, cómo se relacionan las operaciones desarrolladas dentro de éstos con la consecución de los ODS.

En cuanto a la elección de los dos ODS señalados entre los diecisiete existentes, la selección del ODS 7 se justifica por la relación de los parques temáticos con el medio ambiente. Se trata de espacios de enorme dimensión cuya construcción impacta directamente sobre el territorio, puesto que se invaden recursos naturales de diferentes tipos para su asentamiento. Además, su funcionamiento requiere a su vez de la utilización de distintas energías que inciden de múltiples formas en la naturaleza. En cuanto al ODS 12, la producción y el consumo dentro de un parque temático, dependiendo de cómo se lleven a cabo los diferentes procesos implicados en la elaboración del *merchandasing* y otros productos consumidos dentro del recinto sus efectos pueden ser positivos o negativos, lo que dependerá en gran parte de la capacidad de la empresa para trabajar con energías asequibles y no contaminantes. Esta última afirmación defiende la relación entre el ODS 7 y el ODS 12, los cuáles consideramos que son los dos que, por las características descritas hasta ahora del sector de los parques temáticos, guardan un mayor interés desde el punto de vista académico para ser investigados. Los parques temáticos utilizan energía y producen grandes cantidades en masa que, a su vez, son consumidas. Este proceso requiere a su vez

de energía por lo que la relación de ambos objetivos en el caso de los parques temáticos es intensa.

Antecedentes

El turista del siglo XXI, beneficiado por las nuevas tecnologías, la globalización y la eliminación de la barrera distancia, es un cliente exigente, con acceso a gran cantidad de información, que busca evadirse de la cotidianidad, eligiendo para sus vacaciones destinos que le permitan experimentar sensaciones únicas (Mateos, 2013). De forma paralela, el turismo es un fenómeno multidimensional, que con el paso del tiempo desarrolla nuevas tipologías que cubren las necesidades cada vez más variadas, complejas y multidisciplinarias de un cliente turístico cada vez más exclusivo y exigente. Partiendo de esta premisa, resulta de interés escoger como objeto de estudio los parques temáticos, cuya fama ha ido otorgándoles gran peso en el sector turístico, al tratarse de enclaves que aúnan en un mismo recinto una amplia oferta de actividades (atracciones, espectáculos, experiencias, restaurantes). La dimensión de los parques temáticos y la heterogeneidad de su oferta, suponen a su vez la utilización de cantidades ingentes de recursos territoriales, hídricos o energéticos, convirtiéndolos en un sujeto de estudio excepcional para comprobar en qué grado estas empresas se comprometen e implican en la consecución de los ODS. De acuerdo con el informe elaborado por TEA/AECOM (2019) los 25 parques con mayor afluencia de turistas atendieron en 2018 una demanda de 251 millones de visitantes, suponiendo un crecimiento del 3,3% en este segmento con respecto al año anterior (TEA/AECOM, 2019). Estas cifras ponen de manifiesto la tendencia al alza de la actividad turística en esta tipología, justificando por tanto su elección como objeto de estudio.

Marco teórico

La sostenibilidad es un asunto de interés mundial, donde el esfuerzo conjunto de empresas, instituciones, políticos y ciudadanos es vital para combatir la problemática que trae implícito el cambio climático (Baldwin y King, 2018; Owusu y Asumadu-Sarkodie, 2016; Peeters *et al.*, 2006). Las consecuencias derivadas de la explotación de energías tradicionales basadas en combustibles fósiles inciden, no sólo en el medio ambiente, sino que generan impacto socioeconómico y degradación de los ecosistemas (Valderrama *et al.*, 2011). Uno de los problemas que más preocupa es la huella de carbono (Boucher, 2016; Lenzen y otros, 2018). La emisión de estos gases es responsabilidad directa de la acción del ser humano (Mohit y Anu, 2012). Decantarse por energías asequibles, renovables y no contaminantes se ha convertido en el último quinquenio en una de las prioridades mundiales, en aras de reducir los visibles efectos del calentamiento global (Dopazo, 2020).

El turismo genera un desplazamiento de personas y, por tanto, se basa en el uso masivo de recursos energéticos, como el petróleo, que emite gases nocivos a la atmósfera, es un agente activo en la GEI. Autores como Gössling y Hall (2006) ya señalaban hace más de una década la relación entre la actividad turística y el impacto medioambiental. Con ánimo de regular, gestionar e impulsar la sostenibilidad turística se han promovido en las dos últimas décadas distintos dirigidos a reconocer la implicación de los destinos con el cuidado del medio ambiente (Gkoumas, 2019), como la certificación Biosphere, la Norma

ISO 14001 o EMAS. Si extrapolamos la relación de la actividad turística con la huella de carbono, a valores porcentuales, el turismo supone aproximadamente un 5% de los gases causantes del agujero de la capa de ozono (Pulido y López, 2014).

La incidencia del turismo en el medio ambiente es intensa, aunque la literatura destinada a estudiar la relación de esta actividad con los ODS es menos precisa, limitada en la mayoría de los casos a mencionar la responsabilidad del turismo, donde raramente se alude a la necesidad de velar por la consecución de los ODS (Nguyen y otros, 2019; Wood, 2017). Esta carencia de bibliografía es aún más marcada en el turismo de parques temáticos, donde no se han encontrado estudios recientes dedicados a investigar la relación entre estos primeros con los ODS, su grado de implicación o los ejercicios emprendidos para su consecución.

Los parques temáticos presentan elevados niveles de inversión para su construcción, requieren de una inmensa cantidad de recursos energéticos, financieros y naturales para su mantenimiento e incorporan tecnologías tanto en los procesos de producción como en los de consumo (Antón, 2005). Estas peculiaridades convierten a los parques temáticos en un subsector de elevado interés para investigar si las tecnologías y energías necesarias para su óptima funcionalidad son sostenibles.

Metodología

La principal aportación de este artículo es dotar al sector turístico de una visión más fresca, donde se refleje a través del estudio de los parques temáticos, la implicación de éstos con la sostenibilidad y la implantación de alternativas para promover la consecución de los ODS. Para la elaboración de esta investigación cualitativa, se ha seguido la técnica del estudio del caso (Chetty, 1996; Simons, 2011).

Los protagonistas del presente estudio han sido PortAventura World (2016-2018), Walt Disney Company (2017-2018), Parques Reunidos (2018), Merlin Entertainments Group (2020) y Universal (2019). La mayoría de los parques que se han estudiado, a excepción del grupo Universal, disponen de Manuales de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) accesibles los cuales se han analizado con detenimiento para detectar cuáles son las principales acciones dirigidas por estas empresas.

Tras una exhaustiva lectura de los Manuales de RSC se analizan las acciones emprendidas en el ODS 7 y ODS 12 (tabla 1) para conseguir estos objetivos en 2030, y comprobar las buenas prácticas, por quiénes son llevadas a cabo y cuáles deberían incorporarlas a su agenda de objetivos tácticos (medio plazo) y estratégicos (largo plazo) para contribuir a la causa, construyendo simultáneamente una imagen más positiva y sólida en el mercado turístico.

En lo referente a la energía asequible y no contaminante se ha contemplado dos aspectos principales a los que los parques temáticos dedican grandes esfuerzos: la movilidad sostenible y la economía colaborativa de un lado, y las energías renovables de otro.

En cuanto al ODS 12 han sido tres los aspectos considerados: la supresión progresiva de plástico, la sensibilización y formación ambiental de la empresa y la economía circular.

Las empresas se esfuerzan en un 54,55% en la consecución del ODS 7 mientras que el 45,45% restantes están orientadas a la producción y el consumo. El 60% de iniciativas

buscan el desarrollo y optimización de las fuentes de energía utilizadas de forma que estas sean cada vez más sostenibles y eficientes. El 40% restante consiste en fomentar la economía colaborativa en la cultura empresarial y la movilidad sostenible.

El 56,3% de las medidas tomadas en relación con el ODS 12 están centradas en promover la economía circular, el 18,75% en la sensibilización y formación ambiental y, el 24,75% restante en suprimir el plástico de sus operaciones de consumo y producción.

ODS	VARIABLES
ODS 7 Energía asequible y no contaminante	<ul style="list-style-type: none"> • Movilidad sostenible y economía colaborativa • Energías renovables
ODS 12 Producción y consumo responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Supresión progresiva de plástico • Sensibilización y formación ambiental • Economía circular

Tabla 1. Elementos estudiados en cada ODS.

Table 1. Synthesis of the elements studied in each SDG.

Resultados

El camino hacia una energía asequible y no contaminante en los parques temáticos

La transición energética plantea evolucionar hacia una economía sostenible a partir de la energía renovable y la eficiencia energética, buscando un modelo limpio y descentralizado, y orientando hacia la descarbonización del sector energético. Los grandes operadores temáticos se esfuerzan por la energía no contaminante (ODS 7) empleando las energías renovables para el funcionamiento de sus recintos. Asimismo, poco a poco, están creando una red de transportes basada en la reutilización de materiales para generar biocombustible, energía eléctrica e, incluso, el fomento de la economía colaborativa.

Con las prácticas de movilidad sostenible se minimizan los impactos ambientales, dando mayor protagonismo a los modos de transporte que menos energía consumen y menos emisiones producen. Por ello, los proyectos desarrollados están centrados tanto en los desplazamientos de los empleados y en la movilidad de los visitantes, como en el acceso al recinto.

Walt Disney World ha sustituido la gasolina por diésel renovable, obtenido a través de aceite de cocina usado y residuos de alimentos consumidos en sus parques, para el funcionamiento de los autobuses-lanzaderas que se ocupan del desplazamiento de sus *guest*. Esta medida ha reducido las emisiones de CO₂ de acuerdo con el informe a la mitad (Walt Disney Company, varios años). Por ejemplo, en Disneyland Paris, unos 936 autobuses transitan diariamente por el complejo turístico. Con ello se pone de manifiesto uno de los elementos principales que deberían ser supervisados en espacios de gran dimensión, e implantarse en todos los parques, donde también se necesita de medios de transporte para la movilidad dentro del resort.

También llama la atención como muchos parques temáticos se han decantado por la adquisición de buggies eléctricos para el desplazamiento interno de los trabajadores dentro de los hoteles Caribe, El Paso y Gold River, como se manifiesta en el Manual de RSC de PortAventura World, o la instalación de puntos de recarga para coches eléctricos de los clientes en los aparcamientos de PortAventura Convention Centre y del Hotel PortAventura mediante el software de gestión Mobility Smart Manager.

Es interesante también como PortAventura World ha incorporado la economía colaborativa a través de Blablacar, donde se invita a sus trabajadores a compartir coche para asistir a sus puntos de trabajo y volver a casa en sus trayectos de proximidad. Estas iniciativas deberían trasladarse también al transporte externo de trabajadores y visitantes. Por ello, el parque lanzó el programa “fesedit” (moverte cuesta poquísimo), reduciendo el uso del vehículo privado, favoreciendo el networking, abaratando el coste y de sus desplazamientos, y garantizando la confianza de los miembros de parque, que estrechan sus relaciones sociales.

Por otro lado, destaca la instalación en algunos parques de mecanismos generadores de energía solar o fotovoltaica. El clima soleado de Florida brinda una excelente oportunidad para el manejo de la energía solar y, por tanto, la reducción de otras fuentes más nocivas dentro de la esfera de la sostenibilidad. Así Walt Disney World, en el año 2019 construye placas solares con capacidad para dotar de energía a dos de los cuatro parques temáticos que lo integran. Con esta iniciativa se reduce la huella de carbono en 52.000 toneladas métricas. Aunque en climas más lluviosos como el de Marne la Vallée (Francia) o Shanghai (China) donde se ubican otros de los parques pueda resultar menos fructífera, esta energía seguiría siendo una acción excelente para reducir las emisiones de GEI.

PortAventura World en su Manual RSC dedica un apartado a los ODS y plantea la necesidad de incrementar el uso de energía renovable, tanto a nivel de producción como de consumo. Por ello, ha disminuido un 1,13 % el consumo de energía eléctrica (MWh por 1.000 visitas-pernoctaciones) en el año 2018 en comparación con el año 2017, en el conjunto de las instalaciones.

Otro operador que parece esforzarse en este objetivo es Parques Reunidos, presente en 15 países de América, Europa, Asia y Oceanía, que pone a disposición de los usuarios un extenso manual donde se recogen las acciones encaminadas a la gestión medioambiental. Resalta la instalación de placas de energía termosolar y fotovoltaicas en Parque Warner o el Parque de Atracciones de Madrid entre otros. Esto ha contribuido a que el 50% de la energía eléctrica que hace funcionar estos parques sea renovable, disminuyendo considerablemente la emisión de gases de CO₂ por parte de otras energías menos ecológicas.

Otro avance importante ha sido la utilización de energía termosolar para precalentar el agua en algunos restaurantes del grupo Universal, reduciendo el consumo de gas natural necesario para calentar el agua de cocina en un 35% (Universal Green, 2020).

Como punto negativo, la instalación de placas solares debería ser una alternativa más recurrida. Algunos parques invierten en la construcción de nuevas atracciones, algo comprensible desde el punto de vista del marketing y la publicidad. No obstante, incrementar esta fuente de energía supondría un enorme beneficio para el medio ambiente, además de un ahorro económico en el largo plazo, al reducir la utilización de otras energías de mayor coste diario. Sería conveniente, por tanto, plantear estrategias tácticas encaminadas a priorizar la incorporación de esta energía, incluso si eso implica retardar provisionalmente la ampliación de la oferta de los parques. La elevada inversión destinada a la construcción de novedosas atracciones podría destinarse a I+D+e para el desarrollo de nuevas energías más sostenibles. Para no acabar con el factor sorpresa que supone la apertura de nuevas atracciones cada año podrían plantearse nuevos espectáculos, requieren

menos esfuerzo en tiempo y recursos económicos además de aportar un aire fresco a cada temporada.

Una nueva vía para la producción y el consumo responsable

Una de las principales estrategias ambientales, a partir del ODS 12, es un cambio de modelo de gestión de residuos y una redirección de sus estrategias hacia modelos de economía circular donde se potencie el reciclaje de recursos y productos. A diferencia de otros modelos económicos, la economía circular disminuye la generación de residuos (plásticos, orgánicos), reduce la compra de elementos de plástico de un solo uso e incrementa el porcentaje de valoración de los residuos generados. Por ello, los principales proyectos llevados a cabo en los parques temáticos se centran en la eliminación progresiva de plásticos, los residuos cero y la minimización de los residuos alimentarios. Estas medidas se producen en un contexto marcado por la nueva Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de 2019 por la que se prohíbe a partir de 2021 la fabricación y venta de productos de plástico no reutilizable.

A comienzos del año 2019 se suprimió en la mayoría de los parques las bolsas de plástico en las tiendas para la compra y venta de merchandising. En la restauración, lo mismo ocurrió con las pajitas de plástico, que han sido reemplazadas por cartón reciclado, al igual que en las grandes compañías de McDonalds o Burger King. La supresión del plástico en Disneyland Paris se ha experimentado también en las entradas para los huéspedes alojados con la tarjeta *Magic Pass*, elaborada con almidón de maíz donde se incorporan los billetes de acceso al parque, las comidas contratadas y las llaves de las habitaciones del hotel. Merlin Group, al igual que el resto de sus competidores, estableció prioritario la disminución significativa del uso de plásticos. PortAventura World también ha eliminado el papel de plástico de burbujas utilizado para proteger los souvenirs por una protección en papel, incluso otros materiales como la madera, el cartón e incluso algunos recursos tecnológicos son empleados nuevamente para otros fines. En 2018 con respecto a 2017 consiguió un aumento en el reciclaje del 50,99% del plástico, 11,42% de papel y cartón, 4,11% de maderas y solo un 0,93% en el caso de la recuperación de productos alimenticios siendo este apartado donde debería invertirse un mayor esfuerzo.

La protección del medio ambiente implica también un cambio de mentalidad en la sociedad. En esta línea destaca tanto la sensibilización medioambiental del personal y de los visitantes a través de distintas acciones de comunicación y formación, y que se ha ido incorporando a casi todos los planes estratégico de responsabilidad corporativa, aprovechando la celebración de los Días Mundiales de... la Tierra, ... del Medio Ambiente,... del Reciclaje, ...del Turismo; en las propias páginas webs de los parques o redes sociales. En algunos de los parques del operador Parque Reunidos se incluye en la formación de los empleados conocimientos referidos a los procesos de reciclaje, asimismo, en los folletos para los visitantes se han incorporado instrucciones donde se recuerda la importancia del reciclaje, así como las instrucciones a seguir para reciclar dentro del recinto.

En Merlin Group es digno de mencionar la excelente concienciación del operador y de sus trabajadores con el medio ambiente, participando de manera activa en la campaña “We Care About Our Planet” para la recogida de residuos plásticos en las zonas próximas a sus parques. Ejemplo notorio de la solidaridad de la marca es la implicación de la plantilla de

Sea Life (Oporto), donde se recogieron más de 380 kilos de colillas de cigarro, plásticos y otros desechos de las playas de la ciudad.

La gestión de los residuos supone en torno al 50% de los impactos ambientales en los parques temáticos. De ahí, el compromiso social que estas empresas están adquiriendo para reducir su contaminación ambiental, tanto con la contratación a empresas especializadas del sector, que se encargan de instalar contenedores para el acopio de los residuos, de su recogida y transporte hasta el gestor autorizado para su valorización y eliminación; como la creación propia de instalaciones de reutilización. Eso ocurre desde 2014, en Walt Disney World que procesa en una planta de biogás de 5.4 MW los desperdicios de alimentos (grasa, aceites de cocina y sobras de la mesa), en electricidad y fertilizantes. Dicha planta reduce la cantidad de desechos orgánicos, limita las emisiones de gases de efecto invernadero y produce energía renovable, que luego se vende a Disney World para administrar sus atracciones y su complejo hotelero, con una recogida selectiva del 40-60%.

En PortAventura World, las toneladas de residuo por cada millón de visitas han disminuido respecto a los años anteriores, en 2018 se han generado 645,18, lo que significa una reducción del 3,15 % respecto al año 2017. Dichos residuos han sido gestionados: 91% valorización y 9% eliminación.

Por otra parte, en los parques Disney también se promueve la compra-venta de productos descatalogados o reemplazados entre sus trabajadores, evitando el desperdicio de materiales y generando además un beneficio económico para la empresa. Esta iniciativa sería interesante que se implantase en otros parques. Uno de los autores del trabajo ha formado parte de los 16.000 Cast Members que integran Disneyland Paris durante el periodo 2017-2019, comprobando tal como se indica en la página Disney Volunteers, como aquellos productos que no son vendidos o que se descatalogan, son puestos a disposición de los empleados para que lo adquieran a un precio reducido, fomentando con ello la economía circular

Universal, competidor principal de Disney, recicla el material empleado en los pasacalles y espectáculos, llevando a cabo un rediseño de éste en lugar de adquirir otro nuevo. Con esta medida ahorran alrededor de 113 toneladas de material anuales (Universal Green, 2020).

Los parques temáticos están en constante innovación, acompañada de una visión estratégica de la RSC, orientada a impulsar un modelo de negocio sostenible a largo plazo. Su política no sólo se basa en iniciativas que crean valor, sino que integra los ODS.

La investigación actual no ha estado exenta de limitaciones, en parte dado que esta se encuentra en una fase muy temprana en la que se ha detectado una temática novedosa desde el prisma académico del turismo, como es la relación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los parques temáticos, sujetos a menudo desplazados por otros sectores turísticos (hoteles, campos de golf, agencias de viajes, cruceros).

Conclusiones

En el transcurso de la presente investigación se ha podido verificar algunas acciones desarrolladas que contribuyen a la consecución de los ODS (7 y 12), aunque aún queda mucho camino.

El modelo lineal de los residuos ya no es viable, ya que genera considerables “desperdicios”. Existe la necesidad de nuevos modelos que requieran menos consumo, esto dará paso a la economía circular, que intenta lograr un flujo de materiales más efectivo, colaboraciones intersectoriales, logística inversa y nuevas ideas de diseño.

El ahorro de la energía debe desarrollarse a través de mejoras técnicas y operativas, que promuevan la energía renovable. Con esta redefinición se cambiarán las prácticas de los parques temáticos, como respuesta a la preocupación por el daño ambiental, aumentando la conciencia y la aceptación del cambio climático.

Quizás los parques temáticos se han quedado un poco anticuados, Los Green Theme Parks deben ser el futuro, el resultado de parques que concentren un aumento del uso eficiente territorial, hídrico y energético. Además de reducir las operaciones diarias en la biodiversidad (por ejemplo, energía, residuos, transporte), la comunicación con los visitantes es una excelente oportunidad para contribuir a la conservación de la diversidad biológica.

La ampliación de la vida útil del parque temático y la disminución del uso de elementos químicos pueden ahorrar energía y contribuir a los aspectos operativos de los parques temáticos. Sin duda, aún quedan muchos esfuerzos para descubrir la implementación verde de los parques temáticos en su ciclo de gestión.

Agradecimientos

Este texto forma parte de las investigaciones desarrolladas en el Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental titulado “Inteligencia territorial vs. crecimiento turístico. La planificación y gestión de destinos ante el nuevo ciclo expansivo inmobiliario” (Ref. PGC2018-095992-B-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Bibliografía

- Antón, S. 2005. *Parques temáticos: más allá del ocio*. Barcelona, Ariel.
- Baldwin, C. y King, R. 2018. *Social Sustainability, Climate Resilience and Community-based Urban Development: What about the People?*. Routledge.
- Boucher, J. L. 2016. Culture, carbon, and climate change: A class analysis of climate change belief, lifestyle lock-in, and personal carbon footprint. *Social Ecology: Journal for Environmental Thought and Sociological Research*, 25: 53-80.
- Briant, J. 2017. Unheard voices: a critical discourse analysis of the Millennium Development Goals' evolution into the Sustainable Development Goals. *Third World Quarterly*, 38(1): 16-41.
- Chetty, S. 1996. The case study method for research in small- and médium - sized firms. *International small business journal*, 15 (1): 73-85.
- Dopazo, P. 2020. La renovación energética ante el cambio climático: marco estratégico, instrumentos y prácticas. *Actualidad Jurídica Ambiental*, 98: 1-35.
- Fukuda-Parr, S., Greenstein, J. y Stewart, D. 2013. How should MDG success and failure be judged: Faster progress or achieving the targets?. *World Development*, 41: 19-30.
- Gkoumas, A. 2019. Evaluating a standard for sustainable tourism through the lenses of local industry. *Heliyon* 5 (11) e02707, 1-12.

- Gössling, S. and Hall, C.M. 2006. *An introduction to Tourism and Global Environmental Change*. London, Routledge.
- Lalangui, J., Espinoza, C. y Pérez, M. 2017. Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo. *Revista Universidad y Sociedad* 9 (1), 148-153.
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. y Malik, A. 2018. The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528.
- Mateos, M. 2013. El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, 199-217.
- Merlin Entertainments Group. 2020. *Annual Report and Accounts 2019*, 29/04/2020, <https://www.merlinentertainments.biz/media/3068/merlin-entertainments-annual-report-and-accounts-2019.pdf>
- Mohit, V. and Anu, V. 2012. Tourism and carbon foot prints in United Arab Emirates- Challenges and solutions. *Journal of Environmental Management and Tourism (JEMPT)* 01(5), 41-54.
- Nguyen, T. Q. T., Young, T., Johnson, P., & Wearing, S. (2019). Conceptualising networks in sustainable tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100575
- Owusu, P. A. y Asumadu-Sarkodie, S. 2016. A review of renewable energy sources, sustainability issues and climate change mitigation. *Cogent Engineering*, 3(1), 1167990.
- Parques Reunidos. 2018. *Manual de Responsabilidad Social Corporativa*, 24/04/2020, https://www.parquesreunidos.com/wp-content/uploads/2019/01/AAFF_ESPA%C3%91OL_2311_FINAL.pdf
- Peeters, P., Gossling, S. y Becken, S. 2006. Innovation towards tourism sustainability: climate change and aviation. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 1(3), 184-200.
- PortAventura World. varios años. *Manual de Responsabilidad Social Corporativa*, 16/04/2020, <https://www.portaventuraevents.com/rsc/>
- Pulido, J. y López, Y. 2014. Turismo y cambio climático. Propuesta de un marco estratégico de acción. *Revista de Economía Mundial* (36), 257-283.
- Simons, H. 2011. *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid, Ediciones Morata.
- TEA/AECOM. 2019. *Global Attractions attendance report*. Informe Anual Themed Entertainment Association and Economics Practice. Disponible en: <https://www.aecom.com/wp-content/uploads/2019/05/Theme-Index-2018-4.pdf>
- Unión Europea. 2019. *Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente*. Bruselas, 5 de junio de 2019.
- Universal Green, 2020. *Green is universal*. <http://www.greenisuniversal.com/>
- Valderrama, J. Espíndola. C. y Quezada, R. 2011. Huella de Carbono, un concepto que no puede estar Ausente en Cursos de Ingeniería y Ciencias. *Formación Universitaria*, 4 (3): 3-12.
- Walt Disney Company. varios años. *Manual de Responsabilidad Social Corporativa*, 16/04/2020, <https://thewaltdisneycompany.com/disney-publishes-its-2019-corporate-responsibility-report/>
- Wood, M. E. 2017. *Sustainable tourism on a finite planet: Environmental, business and policy solutions*. Taylor & Francis.