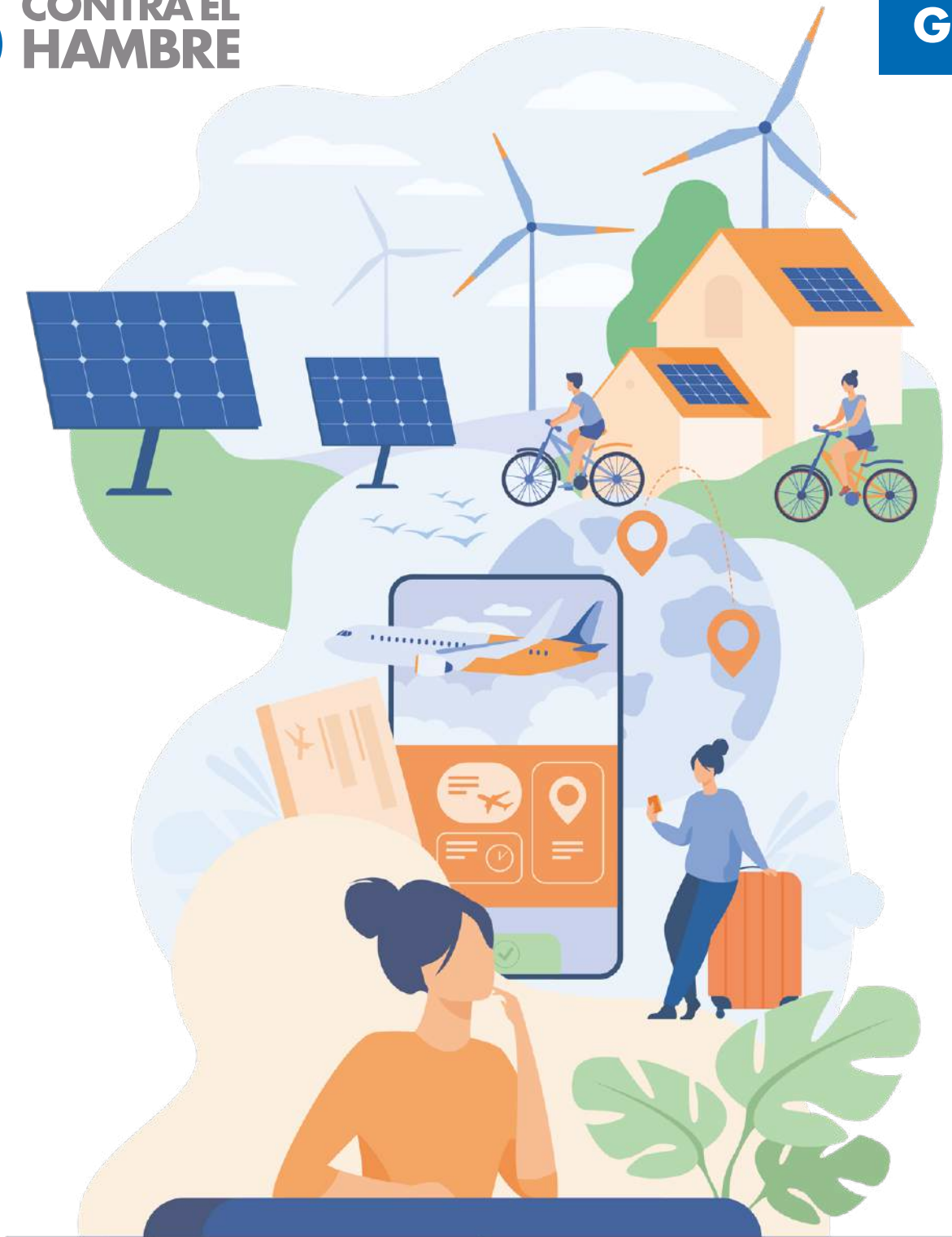




**ACCIÓN
CONTRA EL
HAMBRE**

Guía



TURISMO SOSTENIBLE

Guía para emprender en turismo

GUÍA PARA EMPRENDER EN TURISMO

“GUÍA PARA EMPRENDER EN TURISMO”

© Fundación Acción Contra el Hambre, 2022

www.accioncontraelhambre.org

Autoría y coordinación:

Fundación Acción Contra el Hambre Redacción

Elaboración técnica:

Lucas Requejo / PRATO-DO

Financiación:

Fundación EDP

Diseño y maquetación:

Mauricio O'Brien Marí / NANOMA.es



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

El documento ha sido creado utilizando un lenguaje inclusivo de género, intentando priorizar el uso de un vocabulario neutro, o bien haciendo referencia al masculino y el femenino, siempre y cuando su uso no haya dificultado la correcta comprensión del texto o limitado un óptimo entendimiento del mensaje.

Índice

| | |
|---|-----------|
| 1. PRÓLOGO | 5 |
| 2. INTRODUCCIÓN | 6 |
| 3. ¿QUÉ ES EMPRENDER? | 8 |
| 4. ¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE? | 9 |
| Definición | 9 |
| Origen | 12 |
| Características | 13 |
| Objetivos | 14 |
| Beneficios | 18 |
| Diferencia entre turismo sostenible y ecoturismo | 18 |
| Tipología | 19 |
| Proximidad | 19 |
| Alternativos | 20 |
| Innovación | 20 |
| 5. ¿POR QUÉ EMPRENDER EN TURISMO SOSTENIBLE? | 21 |
| Retos | 21 |
| Oportunidades | 22 |
| Tendencias | 23 |
| Resumen | 25 |
| 6. CÓMO APLICAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO CON ACTITUD EMPRENDEDORA | 26 |
| ¿Para quién? | 26 |
| ¿Qué hacer? | 38 |



| | |
|---|-----------|
| ¿Cómo hacer? | 19 |
| ¿Qué más hay que tener en cuenta? | 30 |
| Herramientas digitales | 30 |
| Territorio como objeto de estudio | 31 |
| Acción en Red | 31 |
| Cómo innovar en turismo sostenible, cuestión de actitud | 31 |
| 7. PARA SABER MÁS Y PROFUNDIZAR | 32 |
| Glosario | 32 |
| Bibliografía y enlaces | 35 |
| 8. ANEXO | 37 |
| Cuaderno emprendedor | 37 |



1. PRÓLOGO

Desde Acción contra el Hambre en España queremos **favorecer la inclusión sociolaboral de las personas en riesgo de exclusión** generando oportunidades a través de acciones de promoción del **emprendimiento y la empleabilidad** garantizando así un medio de vida que les aleje de la pobreza y la exclusión.

El emprendimiento inclusivo es una de nuestras estrategias para conseguirlo. Facilitar los recursos, asistencia, conocimientos y apoyo necesarios para que cualquier persona que lo desee pueda autoemplearse como medio de vida y de inserción en el mercado laboral.

Para ello, es clave conocer cómo se mueve el mercado, las tendencias actuales y la previsión del futuro en el trabajo teniendo en cuenta las claves para impactar de forma positiva en la sociedad, la sostenibilidad, la igualdad de género y de oportunidades y una digitalización inclusiva.

El enfoque sostenible en los negocios hoy en día empieza a ser imprescindible. El turismo, gran nicho de mercado en España e importante sector económico, tiene la necesidad de incluir este enfoque e integrar en sus objetivos impactar de forma positiva en las comunidades y lugares de destino de las actividades turísticas, tiene la posibilidad de hacerlo y es una necesidad fomentarlo. De esta manera, además, se generará empleo estable en torno a este sector.

Esta guía pretende hacer patente las oportunidades que genera el turismo sostenible, especialmente ahora que se están sentando las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible mediante la [Estrategia de Turismo Sostenible España 2030](#) así como facilitar la información y los primeros pasos para iniciarse en el emprendimiento en este sector, un sector al alza en la actualidad y, por lo tanto, una oportunidad para que esta transformación sea más inclusiva.





2. INTRODUCCIÓN

Viajar se ha convertido en uno de los deseos más recurrentes entre toda esa población mundial que sí se lo puede permitir. Esta actividad surge en plena revolución industrial. Primero fue la clase burguesa quien la pudo disfrutar y con el paso del tiempo la clase trabajadora también ha ido ganando privilegios y entre ellos el disfrutar del viajar en días de descanso.

De este modo llegamos a nuestro tiempo, dónde el turismo se ha convertido en una de las industrias que ya sustenta la economía mundial. La transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad es el principal motivo de este documento. Bienvenida a esta guía para un emprendimiento sostenible en turismo.

Si estás leyendo este manual es porque seguro nace en ti esa intención de contribuir de algún modo en la sostenibilidad del planeta a través del turismo.

La definición de guía es:

1. f. Aquello que dirige o encamina. 2. f. Poste o pilar grande de cantería que se coloca de trecho en trecho, a los lados de un camino de montaña, para señalar su dirección, especialmente cuando hay nieve acumulada. 3. f. Tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir en cosas, ya espirituales o abstractas, ya puramente mecánicas. 4. f. Lista impresa de datos o noticias referentes a determinada materia.

Pues digamos que este documento tiene un algo de todas y cada una de las acepciones. Será ese documento que te ayude a encaminar tu emprendimiento en turismo sostenible. Será esa señal que te advierta de ciertos peligros en momentos de dificultad. Será ese lugar al que acudir para encaminar gracias a preceptos y conocimientos aquí expresados para tu reflexión y acción. Y también será esa lista de información que ojear a la hora de ampliar horizontes.

Una herramienta práctica de acercamiento al turismo sostenible a través del mundo del emprendimiento, en ella encontrarás no tanto contenido teórico, que también, sino el conocimiento acompañado de las preguntas necesarias que te ayuden a reflexionar, diseñar o reformular tu idea y adaptarla a la oportunidad presente en el territorio dónde tenga lugar la iniciativa de turismo sostenible. En todos y cada uno de los apartados leerás preguntas sin respuesta, ya que éstas las tendrás que aportar tú. En el arte de preguntar surge la chispa necesaria para



que aparezcan ideas auténticas y geniales como respuesta. Déjate llevar por la reflexión a la que te evoquen esas preguntas y encamina las respuestas a las anotaciones que te recuerden lo aprendido y el origen de tus ideas. Hazte con una libreta o bloc de notas dónde vayas poniendo orden a lo aprendido y también a las ideas nuevas que puedan surgir y enriquecer la idea primitiva. Me referiré siempre a este objeto como **tu cuaderno de emprendimiento (disponible a partir de la página 37)**. Un cuaderno que sirve como bitácora de emprendimiento. Recuerda, preguntas para reflexionar y accionar. La fuerza de escribir tus pensamientos hace que avances más seguros en momentos de incertidumbre, que vendrán, son inherentes a todo emprendimiento. Te recomiendo que le pongas fecha a cada anotación/ejercicio que realizas en el cuaderno, con el paso del tiempo apreciarás el poder de volver sobre tus anotaciones y analizar la evolución en tu pensamiento y adquisición de nuevas habilidades.

En esta guía encontrarás más argumentos y preguntas encaminadas a que reflexiones sobre el verdadero motivo por el que emprendes este nuevo rumbo en tu vida. Sin indagar en toda esa otra área imprescindible en todo emprendimiento, la gestión y administración.

Guía con contenido estructurado y ordenado en base a conocimiento para tu mejor comprensión y de forma especial para que encuentres esa inspiración y aplicación imprescindible para tu emprendimiento en turismo sostenible.

Siempre que me refiero a tu emprendimiento, lo hago consciente de que no tiene por qué ser únicamente acorde a crear un nuevo modelo de negocio turístico, tanto si pretendes actuar desde la administración como si eres una persona empleada en una empresa de turismo, o bien te encuentras en situación de desempleo, tu emprendimiento será siempre esa nueva acción que poner en marcha en el ámbito rural bajo premisas de sostenibilidad.

Pero empecemos por el principio



¿QUÉ ES EMPRENDER?

Según la RAE emprender es “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. Curiosamente está muy próxima a palabras de significado fundamental en el mundo del emprendimiento, y también del turismo sostenible, como son:

aprender, comprender y sorprender.

Emprender como actitud vital

Comenzar algo nuevo no es práctica habitual de todo el mundo. Podríamos decir que se trata de una actitud vital. Hay personas que viven su vida como un auténtico emprendimiento y no por ello tienen necesariamente la iniciativa de dar vida a un nuevo negocio. Una persona con actitud emprendedora piensa una solución ante un problema que otras no son capaces de ver. A través de esa idea, saca adelante su proyecto mediante sus propios medios. Lo hace de forma apasionada, porque cree en lo que hace, le motiva y quiere que prospere asumiendo los riesgos necesarios. Aprende a detectar oportunidades de negocio, conseguir y utilizar los recursos necesarios para materializar su idea, diseñar un plan de negocio, ejecutarlo, etc. Para ello hace falta mucha motivación, pero también es importante contar con una preparación apropiada. En esta guía aportamos información para esa preparación necesaria.

Emprender como inicio de cambio

Veremos más adelante que el turismo sostenible todavía tiene un largo y necesario recorrido por delante, los casos o ejemplos actuales podrían casi tener la consideración de pioneros. Es por ello que la actitud emprendedora, de apertura al cambio, a lo nuevo, se vuelve imprescindible para ejercer en el ámbito del turismo sostenible. Precisarán del motor del emprendimiento todas aquellas personas, que, como tú, desean un cambio dentro del turismo, un cambio que reequilibre el impacto económico, social y ambiental a través de la actividad turística.

Emprender con valores para desarrollar habilidades

Respeto, tolerancia, equidad o responsabilidad son algunos de valores inherentes a toda persona que desea emprender acciones de cambio en el mundo del turismo sostenible. Valores que muestran una acción comprometida con las necesidades presentes y también con las de generaciones futuras, como pilares fundamentales que darán paso al desarrollo de habilidades en toda persona emprendedora. Además de la motivación inherente, hará falta un cierto inconformismo con la gestión actual del turismo, confiar en una misma como agente de cambio, compromiso con el cambio, adaptación al contexto y capacidad de planificación y organización para acometer nuevas acciones en pro del turismo sostenible.

Antes de pasar al siguiente apartado, te recomiendo que escribas las preguntas que te lanzo a continuación para tu reflexión en ese cuaderno de emprendimiento que te comentaba en la introducción. Y sobre todo que las respondas en base a tus sentimientos y conocimientos. Te recomiendo ser honest@ contigo mism@, en caso contrario estarás dando respuesta en base a lo que las demás personas crees que esperan de ti.





¿QUÉ ES EL TURISMO SOSTENIBLE?

Antes de explicar que es el turismo sostenible, conviene introducir brevemente qué es el turismo y las consecuencias que ha generado con el paso del tiempo.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) el turismo comprende:

«Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros»

Según la procedencia de las personas visitantes, podemos hablar de dos tipos de visitantes:

- Internacional, aquel visitante que viaje a un país distinto al de su residencia.
- Nacional, el que viaja sin salir del país en el que reside.

Existiendo también diferencia entre la consideración de las personas que realizan esos viajes, según el tiempo que dura su visita:

- Turistas: “visitantes que permanecen en el lugar visitado una noche por lo menos”.
- Visitantes de día: “visitantes que no pernoctan en el lugar visitado”

El conjunto de las empresas que destinan su principal actividad al turismo son consideradas sector servicios, ya que es lo que principalmente ofrecen.

Con el paso del tiempo los destinos más solicitados se han visto negativamente afectados por el desarrollo de esta actividad llamada turismo, generando impactos negativos medioambientales y socioculturales. En algunos casos, el impacto sobre los ecosistemas ha acabado con los propios recursos turísticos. Pero generalizar sobre el tipo de impacto que ha generado el turismo es complicado, ya que cada zona se ha visto afectada de una forma diferente, según sus características y la capacidad de gestionar dicho impacto.

A continuación, trataremos de manera ágil algunos de los impactos en común más negativos causados por el turismo en destinos:

Impactos económicos: al igual que el turismo es una importante forma de crear empleo y, por consiguiente, lleva al crecimiento de la zona, también se ve afectado por impactos negativos como: aumento de los precios, peligro de las actividades productivas tradicionales, aparición de empleos no calificados y precarios o una alta estacionalidad laboral.

Impactos socioeconómicos: el turismo puede ayudar a generar cierto interés a los residentes por la cultura propia, su patrimonio, tradiciones, etc., lo que puede llegar a ser positivo para los residentes haciéndoles consciente de la realidad histórica de su comunidad y su identidad cultural. Por otra parte, el turismo puede provocar la pérdida de la identidad cultural del destino, el contacto continuo con los visitantes y turistas puede llevar a la pérdida de las tradiciones y la aceptación de las costumbres de los visitantes. Las diferencias socioeconómicas entre visitantes y residentes pueden influir en el aumento de problemas sociales como: aumento del crimen, conflictos, desculturización del destino, falsedad de los destinos o el deterioro del patrimonio de la zona.



Impactos ambientales: el paisaje es uno de los mayores atractivos turísticos que, desafortunadamente, es sobreexplotado a causa de un turismo masivo o descontrolado que lo deteriora debido a su fragilidad.

- **La destrucción de los ecosistemas** es otro impacto negativo generado por el turismo. La cantidad de turistas influye en que los distintos ecosistemas puedan sufrir daños. Si el número de visitantes de un área sobrepasa su capacidad de acogida, se produce una presión en sus recursos naturales.
- **Disminución de la cantidad y calidad de los recursos.** Se requiere una gran cantidad de agua, energía, comida etc. para atender a los turistas, llegando a alcanzar una gran diferencia entre los visitantes durante la temporada alta y la baja, siendo muchas veces los recursos insuficientes.
- **Contaminación del suelo:** en muchas áreas no existe la capacidad de depositar la cantidad de basura que se genera con la actividad turística y en otros casos el propio turista quien -consciente o inconscientemente- produce una contaminación con sus residuos mal gestionados.
- **Impactos negativos paisajísticos.** Se han producido edificaciones caóticas en zonas de alta demanda turística, en zonas ilegales o en reservas naturales, destruyendo el ecosistema cerca de las zonas de turismo masivo.
- **La contaminación en la movilidad.** El desplazamiento a los destinos turísticos se realiza generalmente en automóvil, autobús, tren o avión, lo que implica el aumento del tráfico y las emisiones de carbono..

| IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO | | |
|--|--|-------------------------------------|
| ECONÓMICOS | SOCIALES | AMBIENTALES |
| Monopolio de multinacionales | Deterioro del patrimonio cultural | Deterioro del paisaje |
| Empleos precarios y no cualificados | Problemas sociales entre población local y visitante | Contaminación de los recursos, |
| Aumento de precios | Falsedad de los atractivos turísticos | Destrucción de los ecosistemas |
| Peligro de las actividades productivas locales | Desculturización del destino | Aumento de las emisiones de carbono |

El turismo es el sector de mayor crecimiento actual en el mundo y una de las más importantes fuentes de ingresos para las diferentes regiones y países. Crea puestos de trabajo, la inmensa mayoría de ellos no deslocalizables, y favorece el desarrollo de las economías locales. Sin embargo, el turismo mal entendido y ejecutado, la mayoría de las ocasiones provoca problemas tanto en el entorno como en la comunidad en la que se desarrolla, provocando pérdidas en el patrimonio, degradación ecológica, problemas sociales... etc.

Uno de los problemas más comentados en los últimos años es la turistificación, que bien se podría definir como el turismo mal entendido y ejecutado. Término que explica el impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades. También se emplea para referirse al impacto que tiene para el residente de un barrio o ciudad el hecho de que los servicios, instalaciones y comercios pasen a orientarse y concebirse pensando más en el turista que en el ciudadano que vive en ellos de forma permanente.



Antecedentes y definición del turismo sostenible

La necesidad de dar solución a todos estos efectos negativos culturales, medioambientales, sociales y económicos, ha llevado a un gran sector de la sociedad a buscar una forma de turismo responsable orientado hacia un turismo sostenible que interactúe con el medio y no lo destruya.

El turismo convencional está siendo reemplazado por otras formas de turismo, ya que hoy en día, existen otras motivaciones que generan otro tipo de necesidades. Este aspecto está relacionado con la necesidad de crear un turismo que no destruya el medio y minimizar los impactos ambientales negativos que ha provocado la actividad turística en las últimas décadas.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el desarrollo sostenible es aquel que sigue tres pautas básicas:

- **Medioambiental:** Usa de forma óptima los recursos medioambientales como elemento fundamental del desarrollo turístico, sin alterar los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la biodiversidad.
- **Social:** Respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- **Económica:** Asegura unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Por tanto,

El turismo sostenible es aquel turismo que se planifica y ejecuta siguiendo las premisas de sostenibilidad en todas sus dimensiones.





Es aplicable a cualquier contexto en el que se desarrolle la actividad. Es un concepto transversal en el que se aplica la sostenibilidad a cualquier tipo de turismo. Por ello conviene no confundir el turismo sostenible con ese tipo de turismo que sólo tiene lugar en zonas rurales o en el que se desarrollan actividades en la naturaleza, pueden y deben existir prácticas de turismo sostenible también en el medio urbano. Sobre todo, es una forma de entender el turismo, que pasa por la protección de los territorios turísticos y por el respeto a las personas, tanto viajeras como población local, y también por el respeto al patrimonio cultural y natural que alberga el territorio en cuestión. Es una industria comprometida con la inversión constante en infraestructura y desarrollo de los entornos de cada destino. Entre sus principales objetivos está que el turista sea consciente de la huella que deja tras de sí, y que ésta sea positiva para los lugares que visita, reduciendo su impacto sobre las localidades y ejerciendo los mecanismos necesarios para ejecutar planificaciones que ayuden a mantener en el tiempo el progreso y el crecimiento de las regiones que ejercen este tipo de turismo.

Si hablamos del turismo sostenible en cifras se evidencia el alto nivel de compromiso de los consumidores con la sostenibilidad y cómo ésta influye en la forma de viajar. Según un informe del año 2022 sobre turismo sostenible realizado por la plataforma Booking:

-
- El 90% de las españolas y españoles que viajan confirma que hacerlo de forma sostenible les parece importante y un 55% admite que las recientes noticias sobre el cambio climático le han influido a la hora de elegir opciones más sostenibles en lo relacionado con los viajes.
 - El 64% dice que quiere dejar el destino mejor de lo que lo encontró y un 31% afirma que decidió no viajar en temporada alta para evitar la masificación.
 - Casi un cuarto (21%) afirma que optó por viajar a un destino más cercano durante los últimos 12 meses para reducir su huella de carbono.
-

Dicha plataforma elabora anualmente informes que permiten ver tendencias en las personas consumidoras. Ya venían advirtiendo antes de la pandemia esta tendencia, aunque en la actualidad la apuesta por el turismo sostenible tanto de agentes turísticos como de consumidores es lo suficientemente clara como para prestarle mayor atención. Máxime si tenemos en cuenta que quienes más visitan España lo hacen desde países europeos dónde la conciencia sobre cambio climático y desarrollo sostenible va unos pasos por delante.

Vayamos pues al origen de esta tendencia mundial de utilizar el turismo para el desarrollo sostenible.

Origen del turismo sostenible

El turismo sostenible no ha sido concebido como una simple definición, más bien surgió como una idea de la Organización de las Naciones Unidas en 1983, al constituir la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. A partir de ese momento se realizaron actividades al respecto en todo el mundo durante al menos una década, pero casi como algo anecdótico. Sin embargo, en 1992 tiene lugar en Brasil la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro. De esta cumbre internacional salieron dos importantes acuerdos, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Agenda 21. Digamos que éstos dos grandes acuerdos son la génesis de la actual Agenda 2030 de la ONU, en ellos se redefinen y amplían conceptos como sostenibilidad, desarrollo ecológico, social y económico. Lo más importante, es que por vez primera, se habla de la necesidad de ejecutar planes para lograr la sostenibilidad en el ámbito del turismo.



Hubo que esperar a 1995 para ver un primer encuentro del sector turístico hablando de sostenibilidad. Tuvo lugar en España, en Lanzarote concretamente. De este encuentro saldría la “Carta del Turismo Sostenible” dónde se sientan las bases para los planes de acción que estaban por ejecutar, logrando así aplicar por primera vez el concepto de turismo sostenible entre el sector.

Luego surgirán otra serie de iniciativas y documentos de ámbito internacional, europeo, estatal y también regional, como la propia evolución del sector, pero digamos que ésta es la génesis del turismo sostenible.

Características del turismo sostenible

«El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.»

La OMT sobre turismo sostenible

Desde su definición, los objetivos del turismo sostenible han ido evolucionando a la par que la sociedad y los diversos acuerdos o avances que han ido tomando forma a través de los encuentros internacionales. Siempre se han fijado objetivos que establecieran avances en desarrollo, cuidando el medio ambiente, preservando las culturas locales, mejorando también la rentabilidad, etc, pero sin un avance claro en el cumplimiento de los mismos.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.

Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

Objetivos del turismo sostenible

Ahora bien, la OMT considera que el 2015 fue un año decisivo para el desarrollo mundial, al haber aprobado los Gobiernos la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, junto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La ambiciosa agenda establece un marco mundial hasta 2030 para acabar con la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y solucionar el cambio climático. Partiendo de los históricos Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), este ambicioso conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, con 169 metas asociadas, está centrado en las personas, es transformador y universal, y funciona como un todo integrado. El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos fijados. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos

En el marco de esta iniciativa de la ONU, la OMT estructuró una guía que contempla la contribución del turismo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, introduciendo de esta manera nuevas perspectivas sobre la participación del turismo sostenible en el crecimiento mundial. El turismo sostenible tiene una posición firme de contribución en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos. (fuente: OMT)

Así que a continuación se recopila un pequeño resumen de la guía anteriormente mencionada.

“Aprovechar los beneficios del turismo será clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y llevar a la práctica la agenda de desarrollo posterior a 2015”

OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA



Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes.

OBJETIVO 2: HAMBRE CERO



El turismo puede estimular la productividad agrícola al promover la producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector. Además, el agroturismo, un segmento en crecimiento, puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. El crecimiento de los ingresos en las comunidades locales puede conducir a una agricultura más resiliente y a la vez aportar valor a la experiencia turística.

OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR



La contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo también puede tener un efecto colateral en la salud y el bienestar. La entrada de divisas y los impuestos procedentes del turismo pueden reinvertirse en atención y servicios de salud, lo cual debería contribuir, entre otras cosas, a mejorar la salud mental, reducir la mortalidad infantil y prevenir enfermedades.



OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD



Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en educación y en formación profesional y ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos transfronterizos sobre cualificaciones, estándares y certificaciones. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz así como la interactividad de la ciudadanía a escala global.

OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO



El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.

OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr el acceso al agua y la seguridad, así como la higiene y el saneamiento para todos. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, pueden ser clave para salvaguardar nuestros recursos más preciados.

OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



Siendo un sector que requiere una aportación energética sustancial, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética mundial. Por consiguiente, al promover unas inversiones sólidas y a largo plazo en fuentes de energía sostenibles, el turismo puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas.

OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».

OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



El desarrollo del turismo necesita infraestructuras públicas y de origen privado de calidad y un entorno innovador. El sector puede también incentivar a los gobiernos nacionales para que renueven sus infraestructuras y modernicen sus industrias, haciéndolas más sostenibles, más eficientes en términos de empleo de recursos y más limpias, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuen-



tes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar además una industrialización más sostenible, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación.

OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El sector puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es también un medio efectivo para que los países en desarrollo participen en la economía mundial. En 2014, los países menos adelantados (PMA) recibieron 16.400 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones derivadas del turismo internacional, cifra que suponía 2.600 millones de dólares en el año 2000. Este considerable aumento ha convertido al turismo en un importante pilar de sus economías (constituyendo el 7% del total de exportaciones) y ha ayudado a algunos a superar la condición de PMA.

OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



Una ciudad que no está acondicionada para sus ciudadanos no lo está para los turistas. El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes, menor contaminación del aire, conservación de los sitios del patrimonio y espacios abiertos, etc.) debería dar como resultado unas ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no sólo sus habitantes, sino también los turistas.

OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE



Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles (10YFP) aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundará en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.

OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA



El turismo contribuye al cambio climático y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, redundando en el propio interés del sector que éste tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático. Reduciendo el consumo de energía y utilizando fuentes renovables, especialmente en el sector del transporte y el alojamiento, el turismo puede ayudar a abordar uno de los retos más apremiantes de nuestra época.

OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA



El turismo costero y marítimo, el mayor segmento turístico, especialmente para los pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), depende de unos ecosistemas marinos saludables. El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul, en consonancia



con la meta 14.7: «Hasta 2030 aumentar los beneficios económicos que los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».

OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indemnes, una biodiversidad abundante y enclaves clasificados como patrimonio natural es a menudo una de las principales razones por las que los turistas visitan un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no sólo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.

OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente.

OBJETIVO 17: ALIANZA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas e involucrar a múltiples agentes interesados – internacionales, nacionales, regionales y locales – para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Efectivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo, como lo es también una mayor sensibilidad respecto al papel del turismo en el cumplimiento de la agenda para el desarrollo después de 2015.





Beneficios del turismo sostenible

Cuanto mayor tiempo pasa más se demuestra que el turismo sostenible posee más beneficios que desventajas, y no sólo pensemos en beneficio económico, que también, sino que la clave diferencial está en los beneficios en el ámbito social y ambiental.

- Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano.
- Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costos.
- Genera empleo local de manera directa en el sector servicios.
- Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales.
- Genera entrada de divisas en el país e inversiones en la economía local.
- Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario puede ser esporádico e insuficiente.
- Procura el entendimiento y la toma de decisiones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
- Incorpora una planificación que asegura un desarrollo turístico adecuado a la capacidad de carga del ecosistema.
- Estimula la mejora de los transportes locales, las comunicaciones y las infraestructuras básicas.
- Ofrece actividades que pueden ser disfrutadas tanto por la comunidad local como por los turistas. Ayuda a la preservación del patrimonio histórico y cultural.
- Anima, por una parte, a la recuperación de usos agrarios en tierras marginales y, por otra, favorece el mantenimiento de la vegetación natural en grandes áreas.
- Mejora la autoestima de la población local y la revalorización de su entorno y sus características culturales. Ofrece oportunidad para una mayor comunicación y entendimiento entre personas de distintas procedencias.
- Demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local, y cómo ésta puede ayudar a preservarlos.
- Controla y valora los impactos provocados por el turismo, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos

Fuente: Sustainable Tourism Development: Guide for local planners. World Tourism Organization. 1993.

Más todos los beneficios que pueden derivar de utilizar la actividad turística como clave para el desarrollo sostenible, como acabamos de ver en el apartado anterior donde se relaciona el turismo con cada uno de los ODS.

Diferencia entre Turismo Sostenible y Ecoturismo

Es habitual que ambos términos generen confusión o se entiendan como uno mismo, cierto es que están relacionados, pero conviene aclarar para no confundir.



El turismo sostenible, como acabamos de ver más en detalle, es aquel que tiene en cuenta de forma amplia el desarrollo sostenible de las localidades, en los tres ámbitos, económico, social y ambiental. Es por tanto, aplicable tanto a destinos rurales como a ámbitos urbanos. Es por tanto un concepto amplio, que no contempla únicamente algún tipo de actividad concreta, sino que más bien actúa como un plan de acción con criterios de sostenibilidad.

Sin embargo, el ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad.

Podemos concluir que el ecoturismo estará seguramente englobado como una actividad de turismo sostenible, sin embargo, éste no solamente se tiene que materializar mediante el ecoturismo.

Tipos de Turismo Sostenible

Todavía no existe una tipología consensuada sobre las diferentes expresiones del turismo sostenible. Así que nos aproximamos a una categorización que extraemos del documento [Turismo. Plan A. Economía para la vida](#), redactado por el [Foro Nesi](#) y que también encontrarás en el apartado final de Bibliografía y enlaces.

Resulta especialmente interesante este enfoque de intención diferenciadora y de aporte a la redacción de la Estrategia de [Turismo Sostenible de España 2030](#), por su carácter estratégico sobre qué aspectos prestar especial atención, complementados por la imaginación de los diferentes actores del sector.

- Turismo de Proximidad.
- Turismos Alternativos.
- Turismo de Innovación y Calidad.

Fomento del Turismo de Proximidad

Turismo Local. Conviene relocalizar también el turismo al igual que se está haciendo con el sector agroalimentario, por ejemplo. Trabajar en paralelo en el diseño de experiencias dirigidas a ese público local, entendiendo éste como regional o nacional, nos puede abrir puertas a fortalecer un turismo independiente de debacles internacionales como las que vivimos recientemente, y abrirnos nuevos horizontes en el conocimiento de la cultura local, los espacios naturales y el estilo de vida de los diferentes territorios.

Turismo Saludable. En apuesta por dirigir nuestra oferta al público próximo, un valor a ofrecer es el cuidado de la salud. Cuidado que puede ser mantener mayor contacto con la naturaleza o tratamientos complementarios que cuiden de la salud del turista.

Turismo Experiencial. La experiencia ligada al estilo de vida de los territorios es uno de los grandes atractivos para el visitante. En el diseño de diversas experiencias con carácter de mostrar la cultura local, te recomiendo veas las diversas ofertas de los aliados de Ecotur

Equilibrio Rural-Urbano. Abrir la posibilidad de generar sinergias entre el ámbito urbano con el rural es sin duda uno de los enfoques más interesantes para retos como el de la España Vacía como para mostrar estilos de vida rural a los habitantes de las ciudades, que cada día son muchos más.

Creación de Turismos Alternativos

En ese esfuerzo necesario para diversificar la oferta turística, el turismo saludable y experiencial son claves como turismo alternativo. Ahora bien, cualquiera de los dos se puede vincular a la experiencia saludable que es disfrutar de la gastronomía local. Es lo que se llama Turismo Ecogastronómico.



También puede resultar especialmente interesante vincular nuevas economías al diseño de experiencias turísticas, por ejemplo, la economía de los cuidados o economía plateada nos habla de la calidad de vida que necesitan las personas mayores de un lugar determinado, pues bien, éste podría resultar un turismo centrado en los cuidados.

Turismo de Innovación y de Calidad

La apuesta por la calidad siempre es ganadora. Cuanta más calidad ofrezcamos, mayor acogida y mejor evolución de nuestro turismo. De ahí que la innovación sea un pilar fundamental en el desarrollo del turismo sostenible, igual que cualquier otra tipología de turismo (por este motivo en esta guía encontrarás más adelante el apartado dedicado a cómo innovar)

Apostar por la digitalización es fundamental, máxime si tenemos en cuenta que la gran mayoría de personas ya cuentan con un celular en sus manos. Aprender a combinar el mundo real con el virtual es vital, tanto para el equilibrio económico como para la resiliencia del sector. No menos importante es aplicar la digitalización a la medición de indicadores de impacto de la actividad turística, así como para desarrollar modelos de inteligencia turística. La Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR), dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y adscrita a la Secretaría de Estado de Turismo, es la responsable de impulsar la innovación (I+D+i) en el sector turístico español, tanto en el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.) como en el sector privado (apoyo a emprendedores, nuevos modelos de gestión sostenible y más competitivo, exportación de tecnología española). Y están apostando claramente por el desarrollo de la innovación turística en los destinos.





¿POR QUÉ EMPRENDER EN TURISMO SOSTENIBLE?

El turismo mundial alcanzó los 415 millones de personas viajeras en 2021. Todavía lejos de los 1.500 de 2019 (una cifra superior a la población del país más habitado del mundo, que es China), el escenario que dejó el coronavirus a partir de entonces nos ha obligado a abrir un paréntesis. Estamos ante una palanca que, si se aprieta bien, puede transformar este sector en un motor de crecimiento responsable, justo, de calidad e inclusivo.

Fuente: OMT

La sostenibilidad turística es una oportunidad para levantar la contribución que este sector realiza al PIB mundial, que ha caído a la mitad por la pandemia y que luego ha demostrado que se pudo recuperar en cuanto la movilidad ha sido posible como antaño. El turismo representaba más del 10% del PIB global antes de la pandemia, y se ha reducido al 5,5% con el azote de ésta, según datos aportados por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). Pérdidas económicas que no todos los países han sufrido por igual. Y es que la pandemia, además de evidenciar la desigualdad entre territorios, ha provocado menor número de turistas, pero sobre todo ha supuesto una fatalidad por la pérdida de empleo relacionado con el sector en todos los continentes. Como muestra un informe de la Organización Mundial de Turismo (OMT) de 2020, una de cada diez personas en el mundo se dedicaba a actividades relacionadas con el turismo. Actividades realizadas en muchas ocasiones por pequeñas y medianas empresas. Recordemos lo ocurrido en España, donde el turismo es imprescindible para la economía del país, cerca del 80 % de las empresas turísticas son pequeñas pymes de menos de 50 personas empleadas. Este estudio advierte, además, que más de 100 millones de puestos de trabajo directos están en peligro. El WTTC preveía que a finales de 2022 estaríamos a más de un 80% del nivel pre pandemia, y así ha sido, incluso hay quien indica que superamos ese porcentaje. De hecho la OMT a mitad de año 2022 informaba que la recuperación estaba teniendo cifras que la avalan y que ésta estaba siendo liderada por Europa y América.

Lo que sí está claro es que, si afrontamos los desafíos que tenemos por delante como humanidad, y los convertimos en oportunidades, entonces hay esperanza llamada Turismo Sostenible.

Retos y Oportunidades

Para vislumbrar cuáles pueden ser esas oportunidades, conviene reconocer los retos económicos y geopolíticos que acechan en el horizonte turístico.

- **Acción climática**, apostar por extender la puesta en marcha de planes de adaptación y mitigación del cambio climático en empresas y destinos es casi una tarea prioritaria e ineludible.
- **Movilidad descarbonizada**. Cada día estamos viendo cómo se suceden cambios en la forma que tenemos actualmente de movernos de un lugar a otro. El turismo inevitablemente requiere de desplazamientos, así que apostar por movilidad alternativa a las fuentes de energía convencionales es ya una obligación más que una opción.
- **La inclusión social o la equidad intergeneracional** parece que ya no es opcional, es una realidad por atender. Tanto en España como en Europa uno de los grandes desafíos que tenemos por delante es saber cómo atender a una población con mayor esperanza de vida y de forma activa. Hay que esforzarse en generar las dinámicas necesarias para avanzar en inclusión social. De igual modo sucede con otros grupos excluidos de la actividad económica. El turismo es pieza clave para articular la citada inclusión donde todas estas personas tienen su papel fundamental, es cuestión de poner los mecanismos para lograrlo.
- **Mitigación del sobreturismo**. Si algo ha quedado en evidencia en el turismo convencional tras la pandemia ha sido la fragilidad del mismo. Tanto destinos como viajeros estaban dando muestras de

agotamiento ante el denominado sobreturismo que se venía ejerciendo. Saber transitar a modelos de turismo no masificados y que sepan convivir con la capacidad de carga de un destino es vital para dar respuesta a la demanda de los viajeros y de los propios ecosistemas del destino.

- **Innovación y tecnología** al servicio de un mayor equilibrio socioeconómico y ambiental en los destinos y de una mejor experiencia integral de los visitantes. La OMT propone “crear comunidades y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, la sostenibilidad y las alianzas”. El uso de la tecnología a través de nuevos procesos será vital para hibridar el mundo virtual con el mundo real, y poner el primero al servicio del segundo.
- **Alianzas público-privadas**, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo. Tanto es así, que desde cualquier organismo oficial de turismo resaltan constantemente la necesidad de establecer las alianzas necesarias para alcanzar el desarrollo sostenible de los destinos gracias al turismo. Por ejemplo, diversos actores y agentes relacionados con el turismo en España trabajan con varias organizaciones y grupos de investigación dentro de la iniciativa “[Manifiesto Por Una Recuperación Sostenible](#)”. De esta alianza nació la “[Declaración Turismo 2030. Contribución a la Estrategia de Turismo Sostenible 2030](#)”, una hoja de ruta que llama a la acción público-privada para “equilibrar las exigencias ecológicas y sociales con la competitividad del sector”.

Oportunidades

El futuro será sostenible o no será. Cada día son más las personas y entidades que refrendan esta afirmación, así pues, conviene tener claro que es el principal camino a seguir. Cuanto antes sea transitado y quien se adelante ganará con ello.

- **Sostenibilidad económica, diversificación de fuentes de ingresos.** Habitualmente se resalta la sostenibilidad centrada en lo social y ambiental, pero conviene no olvidar que sobre todo ésta tiene que garantizar la sostenibilidad económica, así es que este enfoque será imprescindible para garantizar la durabilidad de una empresa turística con este enfoque. Si como empresa podemos ofrecer diversos productos o servicios que en conjunto garanticen la sostenibilidad económica, ésta será sin duda una de las grandes fortalezas del sector. Así podremos encontrar proyectos y empresas que ofrezcan bajo una misma marca diversas experiencias con criterios de sostenibilidad y pudiendo cobrar por ellas de clientela diversa.
- **Mejora de toma de decisiones y simplificación de procesos.** Sostenibilidad y digitalización son los dos pilares fundamentales de la transición que está viviendo el sector turístico. Pues bien, como van de la mano, el incluir procesos o herramientas digitales nos permitirá obtener datos e información con la que tomar decisiones en base a datos y no atendiendo únicamente a impresiones y sensaciones. Es una oportunidad de profesionalización de empresas.
- **Recuperación de la España Vacía.** Como territorios rurales también se abre una esperanza a la aparición de nuevas economías de recuperación de lugares, estilos de vida, tradiciones, patrimonio, etc. El programa de [Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos](#) promovido por el Ministerio de Turismo busca mejorar los destinos turísticos invirtiendo en actuaciones que mejoren su competitividad, atraigan turistas y dinamicen el sector privado. Pretende, además, incorporar de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en la gestión de los recursos, infraestructuras y productos turísticos de los destinos.

Otro de los objetivos es diversificar la oferta turística, contribuyendo a generar oportunidades de empleo y actividad por todo el país, repartiendo los beneficios que comporta la actividad turística y favoreciendo la cohesión territorial y la desconcentración de la demanda, derivándola también a zonas rurales.



Tendencias en turismo sostenible

Son muchas las tendencias de las que se habla hoy en día y que afectarán al desarrollo del turismo y de la humanidad, más aquí centraremos las extraídas de un estudio exhaustivo realizado por Booking sobre más de 24.000 personas de 32 países y que revela 7 interesantes predicciones para el 2023 que curiosamente coinciden con otra serie de estimaciones realizadas por otras entidades.

- En el estudio, un 56% de la población española valora la posibilidad de viajar en 2023 a un destino para aprender habilidades de supervivencia.
- En 2023 el metaverso nos hará viajar y más de un tercio de españolas y españoles (32%) afirma tener ganas de embarcarse en un viaje virtual.
- Las escapadas en busca de placer también serán tendencia el próximo año 2023

Pese al contexto socioeconómico actual, entre la comunidad de viajeros de España existe un ánimo de continuar viajando durante el 2023 y hacerlo de una manera determinada:

- **Volver a lo esencial, la supervivencia.** Está claro que la pandemia cambió nuestra forma de ver y afrontar la vida. Nos hizo reflexionar sobre lo básico e imprescindible para vivir y también aumentar la preocupación por afrontar momentos apocalípticos. Eso puede ser que sea lo que explique que el 56% de personas en España valoran la posibilidad de viajar en 2023 a un destino para aprender habilidades de supervivencia, esto es, aprender a buscar agua potable, cómo encender fuego, cómo buscar alimento en la naturaleza, etc , de ahí que se prevé aumenten las escuelas de supervivencia en la naturaleza o incluso aulas de naturaleza dónde aprender aspectos básicos de la naturaleza y de nuestra interacción en ella.

- **Destino Digitalización, visión metaverso.** En 2023 el metaverso nos hará viajar y más de un tercio de los españoles (32%) muestra interés en realizar un viaje virtual. De hecho, un significativo 39 % de los viajeros nacionales dice que planificará sus vacaciones de 2023 inspirándose en la realidad virtual.

Para turistas con mayor reticencia al cambio y conocer lugares nuevos, explorar destinos en el metaverso a través de sus avatares online puede ser de lo más útil. De hecho, después de una experiencia virtual, un 44% viajaría a destinos que no habrían considerado anteriormente. Aunque el año que viene el metaverso ofrecerá una nueva forma de viajar sin salir de casa, el 64% creen que las experiencias virtuales no son suficientes y ven necesario ese contacto directo con el destino, su patrimonio natural y población local.

- **Interés por la aventura y la cultura local.** Más de la mitad (56%) de persona viajeras españolas tiene inquietud por vivir un choque cultural en 2023, ya sea viajando a algún lugar con experiencias culturales e idiomas completamente diferentes (54%) o recorriendo ciudades menos conocidas (34%).

Los destinos de siempre pasarán a un segundo plano: en 2023, la gente quiere disfrutar de una experiencia única durante sus vacaciones, y más del 70% de los turistas buscan un viaje fuera de su zona de confort.

Por eso, habrá una gran oferta de experiencias extremas. La mitad (51%) busca probar las comidas exóticas que jamás hubieran imaginado, mientras que el 37% busca participar en actividades de aventura y apertura a lo nuevo.

El 27% de las personas encuestadas compraría un billete de solo ida, lo que muestra que este tipo de turista tiene un perfil impulsivo al que le atrae la aventura.



• **El valor de la nostalgia en familia.** La nostalgia y el pasado cobran más valor que nunca: casi el total de las personas encuestadas idealiza vivir en 2023 experiencias que les hagan revivir viejos tiempos, un deseo que lidera esta elección de predicciones incluso entre millennials y centennials.

Así, el 25% de la comunidad viajera se siente atraída por la adrenalina, buscando experiencias como parques de atracciones y restándole valor y por tanto prioridad al descanso y la relajación.

Debutando una parte de la generación millennial en la paternidad, se prevé un aumento de búsquedas de destinos dónde vivir experiencias en familia de acercamiento al pasado.

Por ello, esta generación serán los primeros en reservar viajes que les provoquen esa nostalgia y un 54% probablemente lo hagan en familia. Y es que los viajes multigeneracionales de tipo «reunión familiar» lidera también este ranking para 2023.

• **Búsqueda de salud mental y placer.** La búsqueda de un equilibrio sanador entre «mente, cuerpo y alma» crece aún más en 2023, donde el 41% de turistas tratarán de buscarlo en escapadas de meditación.

Un 39% de las personas aspiran a encontrar la paz en un retiro silencioso y un 47% piensan en viajar como una reconciliación con su salud mental y la superación de momentos personales importantes.

Escapar con el objetivo de disfrutar de todo tipo de placeres también debería ser tendencia en el próximo año, con un 36% que afirma que le gustaría hacer una escapada con tintes eróticos.

• **El trabajo en remoto necesita viajes de empresa.** Los viajes de negocios volverán a estar en la agenda en 2023. En este caso la gente quiere aprovecharlos para hacer equipo fuera de la oficina y mejorar su productividad como trabajadores remotos. De hecho, un 44% de personas trabajadoras españolas espera que su empresa organice un viaje que reúna a toda la plantilla, y casi a la mitad (49%) le gustaría que su empresa invirtiera el dinero ahorrado gracias al teletrabajo en viajes corporativos.

Las predicciones de 2023 apuntan un aumento de los retiros de negocios donde el trabajo en equipo será el protagonista; eso sí, en un contexto de ocio que pretende potenciar la cultura de empresa: experiencias gamificadas, viajes temáticos o un retiro rural con actividades al aire libre.

Esto redundará en un beneficio para la empresa, pues más de la mitad (54%) de las personas trabajadoras de todo el mundo creen que explorar nuevos lugares les servirá para ser más productivas en el trabajo.

Por otro lado, y con el auge del trabajo remoto, la mayoría de trabajadoras y trabajadores (67%) quieren disfrutar de una desconexión total en sus vacaciones y mantenerse alejados del trabajo.

• **Ahorrar para disfrutar.** Con esta ola de incertidumbre que no deja de golpear a la economía global, los análisis demuestran cómo las personas que desean viajar piensan en aprovechar al máximo su presupuesto. Más de la mitad (56%) dice que invertir en vacaciones sigue siendo una prioridad.

2023 será el año en el que se busquen destinos filtrando aún más el precio. El 64% quiere optimizar su cartera agarrándose a las mejores ofertas y un 67% buscará una buena relación calidad-precio aprovechando también otro tipo de programas descuento.

Más de la mitad de turistas (55%) quiere ahorrar buscando destinos fuera de temporada, mientras que la mayoría (63%) piensa en planear sus viajes con mayor antelación para conseguir una mejor oferta.

Por último, la mitad de las personas que viajan (52%) prefieren escaparse una o dos veces de vacaciones que sean más largas en lugar de hacer varias escapadas cortas.



Por otro lado, hay muchas personas dispuestas a romper la hucha para tener la experiencia turística que ambicionan: la gran mayoría admite que quiere relajar el bolsillo durante y gastar generosamente en sus vacaciones para compensar los viajes no realizados en los últimos años y tener así una experiencia inolvidable.

En resumen, ¿por qué emprender en turismo sostenible?

Según la OMT la industria del turismo generaba 5.000 millones de dólares diarios durante el 2019, posicionándose de aquella como uno de los sectores con el mejor crecimiento sostenido en el mundo. La pandemia podría haber afectado definitivamente al sector, pero las cifras muestran que continúa siendo así. Por este motivo, **el gran motor del turismo no solo es capaz de generar desarrollo e ingresos a los países, sino que además por su amplitud permite el acceso a múltiples emprendimientos y fuentes de empleo.** El sector turístico da acceso a diversas oportunidades de trabajo, asegura la OMT, con las que “la sociedad, y en particular jóvenes y mujeres, pueden beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional”.

El turismo es sinónimo de progreso e innovación. Año tras año, las personas que viajan de todo el mundo exigen la más alta calidad en infraestructura, así como también demandan entornos seguros y confiables en todos los sentidos. Es por ello que, abocados a satisfacer a la clientela y a aportar desarrollo a las regiones, **“el turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural”** señala la OMT, pues estos son aspectos esenciales para la operatividad turística y la vida en las sociedades.

El turismo sostenible es ya una realidad, que actúa en respuesta a los grandes desafíos globales y también a la demanda de visitantes que muestra las nuevas tendencias de consumo turístico. Así es que, emprender de algún modo el camino de apuesta por el desarrollo sostenible mediante la actividad turística es sin duda alguna una ventana abierta a nuevas oportunidades para las personas emprendedoras y para el planeta.





CÓMO APLICAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO CON ACTITUD EMPRENDEDORA

Cita ideal para abordar este apartado, la de un gallego ilustre como ha sido Alfonso Daniel Rodríguez Castelao, escritor, político, médico y dibujante, quien afirmaba:

“El verdadero heroísmo está en transformar los deseos en realidades y las ideas en hechos”

Alfonso Daniel Rodríguez Castelao

El gran reto siempre es cómo transformar la información recibida en acciones reales, bien sean nuevos emprendimientos o simplemente cambiar nuestra forma de viajar en apuesta por la sostenibilidad. Por tanto, este apartado aborda una serie de preguntas clave si queremos contribuir de algún modo en el desarrollo del turismo sostenible.

- ¿Para quién?
- ¿Qué hacer?
- ¿Cómo hacer?
- ¿Qué más hay que tener en cuenta?

¿Para quién?

El turismo sostenible vimos que se fundamenta precisamente en los tres pilares de la sostenibilidad, económico, medioambiental y social. Pues éste último es la clave para el desarrollo sostenible, ya que dependeremos siempre de personas, bien para hacerlo realidad, bien para demandar productos y servicios.

¿Cuál es el público objetivo o target al que va dirigido el turismo sostenible? Para definirlo hace falta tener en cuenta aspectos como edad, sexo, situación personal, procedencia, actividad que realiza, nivel de estudios, si tiene familia a su cargo, qué consume, cuáles son sus valores para tomar decisiones, cuáles son sus problemas, sus sentimientos ante los problemas, cuáles son sus sueños, con quien se relaciona, etc., es decir toda aquella información imprescindible para definir un cierto perfil con el que identificar el público susceptible de demandar un turismo sostenible. Para obtener esa información se realizan informes como el ya comentado de Booking, entrevistas o encuestas. Y esta información a su vez nos sirve para saber a quién dirigirnos en el caso de tener que ofrecer cualquier actividad turística o a qué canales acudir si queremos consumir bajo este tipo de turismo.

Nos ayudará a establecer el plan de marketing, saber cómo comunicar, por qué canales, en qué momentos y mucha más información imprescindible si tenemos una empresa o deseamos emprender.

Pues bien, ese público objetivo que demanda viajes y actividades de turismo sostenible es:

Millennials y Centennials (nacidas desde 1980 hasta 2010) que tienen estudios universitarios, trabajando con poder adquisitivo medio, con uno o dos hijos a los cuales quieren llevar de viaje



consigo y hacerlo con el fin de experiencia de aprendizaje sostenible, es decir, valorando el modo en que se viaja para reducir la huella ecológica, buscando aprender de otras culturas y tradiciones, preocupadas por el cambio climático y la sobrepoblación, contribuyendo con sus acciones en el lugar de destino a la causa global, buscando contacto con naturaleza y comunidad local con visión de conexión global e hibridando el mundo digital con el real.

El perfil descrito sería el ideal para la clientela de toda actividad de turismo sostenible.

Ahora bien, en esa contribución a la comunidad o a la localidad que recibe al turista, existe un nuevo modo de experiencia muy relacionado con el desarrollo sostenible, por lo tanto conviene aclarar las diferencias entre persona cliente, usuaria y beneficiaria.

Si vamos por definiciones: Beneficiario: Dicho de una persona: Que resulta favorecida por algo.

- Cliente: Persona que compra en una tienda, o que utiliza los servicios de un profesional o empresa.
- Usuario: Dicho de una persona: Que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación.

Un ejemplo, una empresa de consultoría en turismo sostenible tiene de cliente al ayuntamiento X. La consultoría recomienda a su cliente que ofrezca acciones de restauración ecológica para los turistas, en este caso los turistas serían usuarios porque a lo mejor realizan esa actividad sin pago alguno. Y podría ser que la actividad fuese la plantación de un jardín aromático en un espacio público de la localidad, entonces los beneficiarios de esa acción realizada por los turistas serían los vecinos del Ayuntamiento X.

Para para las próximas generaciones.

Si hablamos de modelos de negocio turísticos hablamos de la necesidad de definir público objetivo al que saber cómo dirigir servicios y productos. Ahora bien, conviene resaltar que la apuesta por el desarrollo sostenible en el turismo o en cualquier otro sector tendrá un impacto mayor, primeramente, sobre nosotros, es decir, la humanidad que estamos en estos momentos en el planeta; muchas de las acciones pueden contribuir a mejorar la situación del lugar en el que vivimos, y segundo, asentar mejoras de las que se puedan beneficiar las generaciones futuras.





¿Qué hacer?

Dependerá en gran medida del lugar que se ocupe en el sector turístico, ahora bien todas y todos podemos contribuir a la aplicación de la sostenibilidad en el turismo en general, será cuestión de actitud de apertura al cambio y acometer las acciones necesarias para avanzar en los tres ejes de la sostenibilidad. Si tenemos en cuenta esas diferencias entre las distintas posiciones de los agentes del sector turismo podemos decir qué hacer...

- **Para personas viajeras demandando la sostenibilidad** como pilar en la organización del viaje, desde la movilidad, el alojamiento y la experiencia.
- **Para personas emprendedoras creando nuevos modelos** turísticos donde la sostenibilidad sea eje transversal de toda su actividad.
- **Para destinos creando sinergias público-privadas** donde todas sumen en el cambio. El ámbito público facilitando la transición y el privado creando la oferta necesaria para disfrutar de la sostenibilidad
- **Para Hoteles y Alojamientos transformando y certificando sus servicios** para que se adecúen a las premisas marcadas por los criterios de sostenibilidad.
- **Para Operadores turísticos adaptando y ampliando sus ofertas** a la creciente demanda de turismo sostenible.
- **Para Viajes de Negocios apostando por experiencias de aprendizaje sostenible** con la convivencia entre empleados, compañeros de trabajo.
- **Para Organismos de Certificación ofreciendo nuevas certificaciones** dónde los parámetros a tener en cuenta sean valorados en base a la sostenibilidad.

Sea cual sea la actividad que se realice, conviene utilizar certificaciones como garantías para bien disfrutar de ofertas turísticas sostenibles, bien para refrendar que la actividad o experiencia que se ofrece también cumple con determinados criterios sociales y ambientales. Se podrá optar por diversidad de certificaciones que garanticen, tanto a turistas como a agentes, la aplicación de criterios de sostenibilidad en la actividad turística.

A continuación, van una serie de certificaciones que cumplen criterios sociales y medioambientales.

- A nivel internacional se pueden consultar todo tipo de certificaciones para hoteles, tour operadores y destinos que ofrece [GSTC](#)
- También a nivel internacional encontramos la certificación de sostenibilidad que goza de reconocimiento [Biosphere](#), para todo tipo de actividad turística.
- A nivel europeo [Eu Ecolabel](#) es una de las principales certificaciones medioambientales para el turismo, probablemente la más extendida y reconocida en Europa. Esta certificación permite a los consumidores europeos identificar fácilmente las estructuras y empresas que operan respetando el medio ambiente, adoptando fuentes de energía limpia, ahorrando agua y electricidad y reduciendo sus residuos.
- La Fundación Ecotur también cuenta con sus modelos de certificación avalados por Ecolabel, [Ceres Ecotur](#) que busca unificar alojamientos, empresas de actividades e iniciativas gastronómicas bajo unos parámetros comunes de preservación y difusión del patrimonio rural y del entorno medioambiental.



¿Cómo hacer? Ejemplos

Aprendemos a través del ejemplo, es por ello que en este apartado vamos a mostrar ejemplos que nos permita conocer casos reales y de éxito en la consecución de la sostenibilidad a través del turismo.

- **Como país Suecia.** Según la jefa de viajes de Euromonitor International, Caroline Bremner, “Suecia es la cuna del movimiento flygskam (vergüenza de volar) y el hogar de la activista de la huelga climática Greta Thunberg. Es pionera en la investigación sobre la evaluación del ciclo de vida, que es fundamental para comprender el impacto total de los hábitos de consumo de los comportamientos de las personas consumidoras y sus pautas de consumo. El país está muy comprometido con los ODS para preservar el hielo y el permafrost del Ártico con el fin de frenar el cambio climático y con el objetivo de alcanzar las emisiones netas cero cero para 2045”. En primera posición del Índice de Viajes Sostenibles, Suecia demuestra que la sostenibilidad puede mejorar la experiencia de viaje. El país se ha centrado en mejorar el sector, lo que ha ayudado a su economía, al medio ambiente y a la sociedad. Centrada en la elaboración de una estrategia de turismo responsable, Suecia está trabajando para promover el turismo rural y regional y se beneficia de una infraestructura de transporte eficiente y formas alternativas de viajar. En cuanto al alojamiento sostenible, el país es un modelo a seguir con su galardonada arquitectura y diseño ecológico.

Conviene también conocer y estudiar países como Finlandia, Austria, Estonia, Noruega, Eslovaquia, Islandia, Letonia, Francia o Eslovenia, como ejemplos de buenas prácticas y camino hacia la sostenibilidad.

- **Como destino nacional Canarias.** El archipiélago canario es un enclave único en España que destaca por su geología volcánica, siendo una de las regiones más protegidas del país desde hace décadas por su singularidad paisajística. Cada una de sus islas tiene su propio cono volcánico y los paisajes de playa y montaña están muy próximos entre sí. Otra característica de la región es su clima, ya que su cercanía al Ecuador hace que disponga de una temperatura muy agradable durante todo el año, por lo que es muy demandado en los meses de invierno. Las administraciones canarias están muy comprometidas con la conservación cultural y ambiental de las islas, por lo que apuestan por el turismo sostenible en todos sus ámbitos, destacando el turismo rural y de naturaleza, así como el de playa. Y no menos reseñable es que la principal actividad económica de Canarias es el turismo, por tanto es imprescindible para su economía, para su naturaleza y para sus gentes, la apuesta por el turismo sostenible.

- **Como ciudad Gijón.** Esta ciudad hace años que se ha dado cuenta que el camino de futuro era la sostenibilidad y comenzó a dar pasos en esa dirección. Es un buen ejemplo de cómo desde una entidad pública local se puede hacer mucho a favor del turismo sostenible. Ejercer ese liderazgo desde el ámbito público al privado se puede considerar como una de las patas claves de esta ciudad. A la par que se avanza en el diseño de políticas públicas también se acompaña de escucha y colaboración con el imprescindible aporte del ámbito privado. En el enlace podrás ver campañas realizadas en común por las diversas empresas relacionadas con el turismo en la ciudad, y las distinciones que buscaron, en este caso de Biosphere.

También conviene analizar las diversas empresas que han ido modificando sus productos o servicios a la sostenibilidad.

- **Como turismo rural Red Ecotur.** Cualquiera de los proyectos que pertenecen a esta red, además de ser muchos de ellos pioneros en turismo sostenible en su comarca o comunidad, son muy buenos ejemplos de negocios familiares con valores. También conviene destacar la diversificación de fuentes de ingresos que ofrecen por invitar al visitante a experimentar un estilo de vida fundamen-



tado en las prácticas habituales del rural. Son valedores y conservadores de patrimonio cultural y natural de su entorno, bien recuperando la convivencia con razas autóctonas, recuperando el uso de elementos arquitectónicos populares, etc. Y también y no menos importante es su carácter innovador, ya que en esa adaptación al territorio que practican, como a la convivencia con otros agentes que habitan el territorio (artesanos, artistas, museos, ..) surgen iniciativas innovadoras con un alto grado de personalidad, ofreciendo así una experiencia única.

- **Como consultoría turística [Ecotouristing](#)**. Amplia experiencia en la conceptualización, planificación y gestión de proyectos bajo criterios de sostenibilidad. Se podría decir que han sido pieza fundamental en la transición que está viviendo el sector turístico en Canarias hacia enfoque de sostenibilidad.
- **Como turismo de naturaleza [Birdwatch Asturias](#)** apuesta por el ecoturismo, tratando de huir de las salidas masificadas para mejorar la calidad de las observaciones, así como evitar las molestias y la presión ejercida sobre animales y plantas del entorno.
- **Como empresa ecoturismo y emprendimiento [Elements](#)** Empresa-red ubicada en el Pirineo, especializada en sostenibilidad, ecoturismo y emprendimiento. Participa en diversos programas públicos, nacionales e internacionales para el apoyo a emprendedores y nuevos talentos en la dinamización de las áreas rurales y de montaña a partir de la innovación haciendo uso de sus principales recursos endógenos: naturaleza, paisaje y cultura.

¿Qué más hay que tener en cuenta?

- **Herramientas digitales**. Si la sostenibilidad es clave para la evolución del turismo, también lo es la digitalización, lo venimos viendo a lo largo de esta guía. Tras la pandemia surgió la necesidad de reinventar modelos de negocio y acelerar la digitalización de los procesos. Solución que permite optimizar todo tipo de recursos y crear cadenas de suministros sostenibles. La digitalización, junto a la implantación de nuevas tecnologías contribuyen a reforzar la seguridad de los viajes, mejorar la experiencia del usuario y promover la sostenibilidad y la eficiencia. A continuación, vemos varias tendencias en digitalización turística y qué mejora ofrecen:
 - **Tecnología big data**, recopilación de datos para una mejor gestión, las decisiones deben ir acompañadas de datos, de información ordenada y objetiva.
 - **Inteligencia turística**, análisis de datos globales y actualizados que ayuden en la toma de decisiones.
 - **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)** surgen por la necesidad de ofrecer al turista servicios diferenciales y altamente competitivos. Se trata de destinos turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantizan el desarrollo sostenible del territorio turístico. De esta manera, garantizan la accesibilidad para todos, la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementan la calidad de su experiencia en el destino, mejorando la calidad de vida del residente. En la web de [Destino Turístico Inteligente](#) creada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo podrás encontrar un amplio [directorio de soluciones](#) dónde se tienen en cuenta el ámbito de aplicación, el tipo de solución que ofrece, si está avalado por el destino y si pertenece o no a la Red de DTI.
 - **Aplicaciones Eco** que brindan una experiencia basada en la sostenibilidad.
 - **Soluciones contactless**, tecnología sin contacto.
 - **Business intelligence**, acciones de usuario registradas para conocer y analizar los hábitos de consumo y mejorar su experiencia y ofrecerle una 'carta de servicios' a medida.



- **Tecnología Inteligente**, soluciones y herramientas como el 'live streaming eCommerce', transmisiones en vivo a través de redes sociales para promocionar sus servicios, potenciando de esta manera el comercio electrónico. Asimismo, se logra una comunicación bidireccional e interactiva con el usuario.

Con todo, la digitalización y las nuevas tecnologías (como la realidad virtual, la robotización, la tecnología 'contactless' o los asistentes virtuales) se erigen como dos potentes aliados para acelerar la recuperación del sector turístico en 'pro' de la sostenibilidad y la eficiencia de los procesos, pues contribuyen en la lucha contra el cambio climático y son aliados decisivos en la protección del medio ambiente. Y es que, sin sostenibilidad, no hay turismo de futuro.

- **Territorio como objeto de estudio**. El territorio en su más amplio espectro será el lugar dónde tengan lugar las experiencias por brindar. Es por ello que adquirir el mayor conocimiento al respecto será fuente de ventaja competitiva, sostenible, en la medida en que la estrategia de gestión del conocimiento sea efectiva y permita generar acciones innovadoras. Sólo podremos innovar o generar nuevas acciones ahondando en el conocimiento sobre territorio y todo lo que en él ha tenido o tiene lugar. Por desgracia la homogeneización cultural que se está imponiendo hasta en el lugar más inhóspito juega en contra de la diversidad turística a ofertar. Ahora bien, esto puede ser una ventaja ya que podemos convertirlo en una oportunidad dónde mostremos tanto el propio proceso de recuperación de la identidad de un lugar como la recuperación de costumbres y tradiciones perdidas. Pasando así el turismo a ser un eje transversal vertebrador para el territorio.

Especial mención merece el territorio de carácter rural. Como apuntábamos antes, cada vez es mayor el número de personas que habitan en ciudades y que por tanto tienen esa desconexión con el medio rural. Por otro lado, aparece cada vez más el interés en personas criadas en ámbito urbano por explorar la vida en el rural. Así es que podemos ver ésto como una verdadera oportunidad para el desarrollo local de los territorios rurales a través del turismo sostenible.

De la etnología a la innovación. Si buscamos el origen de la cultura del territorio, de la etnia dónde pretendemos poner en marcha nuestro emprendimiento, podremos encontrar inspiración en objetos etnográficos, en historias y leyendas que nos cuentan el territorio y cómo ha sido habitado en diversas épocas de su historia. Contenido altamente interesante para documentar y divulgar como actividades de carácter turístico. Y saber manejarse en esa doble acción de forma continuada y con ímpetu evolutivo nos ofrecerá seguridad en base al conocimiento adquirido y elementos sobre los que crear acciones novedosas.

“Estudia el pasado si quieres pronosticar el futuro”

Confucio (551-478 aC)

- **Acción en red**. Todo cambio real y mantenido en el tiempo es colectivo, y el turismo está en proceso de cambio para la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, de ahí que cada vez más se incentive tanto la creación de redes como el pertenecer a ellas. Redes interesantes a las que unirse las encontrarás en el apartado final de Bibliografía y enlaces, en la subsección de Conectarse a redes. En ella encontrarás tanto redes para destinos turísticos como para empresas ligadas al sector turístico con afán sostenible.

- **Evolución**. De igual modo que hablamos de la necesaria actitud emprendedora, ésta también debe ir acompañada por una actitud de avance, evolutiva, adaptativa. Es algo inherente a nuestra especie, pero acostumbra a ser olvidado, ya que la tranquilidad que supone la certidumbre nos da comodidad y es fácil acostumbrarse a ella. Pero en procesos de cambio, como el que está sufriendo



el turismo, la comodidad termina convirtiéndose en modelos descontextualizados, desactualizados o faltos de chispa para generar el enganche necesario en clientes. Ya lo decía Darwin

“No es el más fuerte de las especies el que sobrevive, tampoco es el más inteligente el que sobrevive. Es aquel que es más adaptable al cambio”.

- **Lecturas y Aprendizajes.** Continúa leyendo siempre sobre emprendimiento, turismo, desarrollo sostenible, tendencias, historia, etc. Es una de las claves a la hora de saber cómo evolucionan los modelos y saber adaptarlos a las circunstancias. Tener esa curiosidad será en sí un verdadero valor de tu emprendimiento. Para ello en el apartado de Bibliografía te recomiendo alguna lectura que podrás utilizar como herramienta. Ahora bien, si queremos que esas lecturas formen parte de tu aprendizaje te recomiendo que construyas el hábito de cumplimentar un diario dónde reflexiones sobre lo leído o aprendido

i Completa el cuaderno de emprendimiento (a partir de la página 37)

PARA SABER MÁS Y PROFUNDIZAR

Esta última sección tiene dos partes. Una primera a modo de glosario, donde podrás encontrar las principales tendencias, siglas, vocabulario y estrategias con las que se trabaja en emprendimiento y turismo sostenible. Y una segunda a modo de bibliografía y enlaces que complementarán esta guía y harán de ella ese material imprescindible para avanzar en tu emprendimiento.

Glosario

En este apartado, encontrarás los términos o acrónimos más relacionados con el turismo sostenible y que conviene tener perfectamente entendidos para su correcta aplicación. Además, no se trata sólo de definiciones, sino que están descritas bajo la acepción más adecuada para que te sirvan de utilidad como complemento del resto de contenido de la guía y algunas disponen de ejemplos que te ayudarán a comprender mejor el interés de los términos elegidos.

AEE: siglas de la Asociación de Ecoturismo en España. Es una asociación sin ánimo de lucro creada en el año 2010 para promocionar el turismo sostenible y el ecoturismo en los espacios naturales protegidos. Integra a diversos agentes y han creado la marca propia “Soy Ecoturista”, además de un Observatorio de Ecoturismo.

Agenda 2030: conjunto de acciones marcadas por las Naciones Unidas con vistas al horizonte del año 2030, para el cumplimiento de las metas marcadas de cada uno de los ODS.

Biodiversidad: vida diversa o diversidad biológica, la variabilidad de organismos vivos de todas las clases, incluida la diversidad dentro de las especies, entre las especies y de los ecosistemas.

Capacidad de carga de un destino turístico: número máximo de visitantes que puede contener un determinado espacio / recurso / destino turístico; en otras palabras el límite más allá del cual la explotación turística de un recurso / destino es insostenible por perjudicial. Sin embargo, existen casi tantas definiciones de capacidad de carga turística como autores han escrito sobre el tema y la literatura científica generada al respecto es extensa.

Para saber más [aquí](#) “Proyecto de Investigación Capacidad de Carga Turística” de la Universidad Complutense de Madrid

CETS: siglas de Carta Europea de Turismo Sostenible. Es una acreditación en su primera fase que



otorga EUROPARC a los espacios naturales protegidos que adquieren un compromiso voluntario a través de una metodología participativa de gestión. En las fases siguientes se adhieren las empresas turísticas y las agencias de viajes.

Custodia del territorio: forma de implicar a las personas propietarias y usuarias del territorio en la protección y conservación de los recursos y valores, tanto culturales como naturales, a través de estrategias que la promuevan.

DAFO: siglas de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Es una de las herramientas participativas más conocidas que permite identificar claramente las potencialidades y debilidades de un territorio. Se suele llevar a cabo a través de algún proceso participativo que integre a diversos agentes de diversas áreas, así como a empresariado, población local, etc. logrando unos resultados bastante claros.

ECOTUR: Portal de ecoturismo como Guía de las mejores experiencias de turismo rural y agroturismo en España, de granjas ecológicas, de turismo en la naturaleza comprometido con el desarrollo rural y el desarrollo sostenible, con la conservación de las tradiciones locales, el patrimonio cultural y natural del medio rural en España, en colaboración con redes europeas de fomento y promoción de un turismo sostenible y ecológico en Europa y en el mundo.

Ecoturismo: es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad.

Ecosistema: conjunto de seres vivos y el medio físico en el que viven.

ENP: sigla de Espacio Natural Protegido. Contienen información cartográfica de las distintas figuras de protección como resultado de la recopilación de aquellas declaradas conforme a la normativa vigente en los distintos gobiernos autonómicos y el Ministerio.

La información se complementa con la base de datos Common Database on Designated Areas (CDDA) de la Agencia Europea de Medio Ambiente (Última actualización a diciembre de 2021).

La Legislación estatal (Ley 42/2007) prevé cinco figuras de protección (Parques, Reservas Naturales, Áreas Marinas Protegidas, Monumentos Naturales, Paisajes Protegidos), la legislación autonómica relativa a la conservación de la naturaleza incrementa las denominaciones elevando la tipología de espacios naturales a más de 40.

Etnología: ciencia que estudia comparativamente los orígenes y expresiones de la cultura de los pueblos, a partir de los datos proporcionados por la etnografía. Será fuente de inspiración fundamental para innovar en el turismo y avanzar en el desarrollo sostenible.

Etnografía: Estudio descriptivo de la cultura popular. Todo el conjunto de elementos que ayudan a comprender y definir los aspectos identitarios de una cultura.

Fundación Ecoagroturismo: nace en 2005 como resultado de largos años de colaboración entre asociaciones e iniciativas individuales relacionadas con el turismo rural, la etnografía y el medio ambiente. Sus objetivos: la consolidación de los compromisos anteriores de las entidades fundadoras, en particular sus convenios y colaboraciones con entidades internacionales, con largo arraigo en países de la U.E. en materia de turismo, desarrollo rural y desarrollo sostenible, con el propósito de participar en el fomento y la difusión de esos criterios en el turismo rural del Estado español. Por Resolución de 14 de Marzo de 2006, se inscribe en el Registro de Fundaciones del Ministerio de Medio Ambiente con el nº 33004. Integra Asociaciones relacionadas con el turismo rural, el agroturismo, la etnografía y el medio ambiente, y más de 100 iniciativas de turismo rural, agroturismo y ecoturismo individuales en España y Portugal.



Greenwashing: forma de “convertir en verde” algún tipo de acción, actividad, programa o proyecto, solo por incluir alguna acción sencilla, normalmente de tipo medioambiental. Por ejemplo, hacer una actividad deportiva en un espacio protegido sin tener en cuenta los impactos del pisoteo, del ruido, de la presión en los caminos por aglomeraciones de personas, etc., pero que los dorsales hayan sido hechos con materiales reciclados. Es lo contrario de lo que promueve el ecoturismo, en el que se busca un compromiso profundo con los valores de la sostenibilidad.

Hábitat: lugar donde habita una comunidad de seres vivos por sus adecuadas condiciones para ello.

Innovación: la acción de mudar o alterar algo, introduciendo novedades. Según Ferrán Adriá es la creación con éxito comercial. Y según apuntamos en este documento, se podría decir que es una actitud frente a la vida. Ahora bien, conviene no confundir con la innovación disruptiva, que es aquella que cambia los paradigmas y que de forma habitual es la que trasciende a la sociedad por su notoriedad.

IP: sigla de Interpretación de Patrimonio. Comunicación estratégica en la que, a través de un proceso creativo, se busca la conexión intelectual y emocional entre el público visitante y los recursos patrimoniales del territorio, de forma que se busca generar una actitud de conservación y de custodia hacia estos.

MAPS: enfoque común por parte de 32 miembros del Grupo de Desarrollo de Naciones Unidas, para ayudar a los países a cumplir los ODS y a la implementación de la Agenda 2030. La idea principal es que se pretende traducir los ODS en planes de implementación y presupuestos nacionales y subnacionales. Para ello, MAPS pone de relevancia la importancia de poner en valor una perspectiva que aproveche el conocimiento y las capacidades de toda la sociedad: empresas, gobiernos, sociedad civil, etc. para que se logren alcanzar los objetivos en cada contexto.

ODS: siglas de Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por Naciones Unidas en el año 2015 y ratificados por todos los países que la integran. Son 17 objetivos relacionados con diversas temáticas ambientales, sociales y económicas que toman el relevo de los Objetivos de Desarrollo del Milenio que finalizaron en el año 2015, y que buscan mejorar la calidad de vida de las personas y resto de seres vivos, así como del estado de conservación del planeta.

OMT: sigla de Organización Mundial del Turismo. Integrada en Naciones Unidas y es la principal organización internacional relacionada con el turismo. Cuenta con casi 160 estados miembros.

Plan de Acción de Educación Ambiental para la Sostenibilidad: es un documento participado que marcará las directrices de la educación ambiental en los próximos años hasta 2025.

Plan de Ordenación de los Recursos Naturales: es un documento de planificación del ENP que refleja el estado actual de los recursos naturales en el espacio, así como la delimitación y tipificación del espacio.

Plan Rector de Uso y Gestión: se trata de un documento de planificación y gestión del ENP que ayuda a trazar las medidas y acciones relacionadas con la gestión, a través de una zonificación y regulando las actuaciones permitidas a través de la normativa más específica.

Reservas de Biosfera: aquellos territorios que son declarados por la Unesco como espacios en los que se trabaja sobre el principio de la sostenibilidad y la conservación de los valores naturales y culturales. Son verdaderos laboratorios de aprendizaje del equilibrio entre las actuaciones humanas y el medio. Poseen una marca propia que identifica a servicios y productos que contribuyan a cumplir las funciones de la propia Reserva de Biosfera.

Servicios ecosistémicos: bienes, recursos o procesos de la naturaleza que proveen de beneficios a los seres humanos y el sustento de la calidad de vida en el planeta.



Sostenibilidad: concepto que se refiere al equilibrio y cuidado que debe existir, a la hora de diseñar o realizar una actividad, entre las cuatro dimensiones que lo integran: ambiental, social, económica y política.

Universales: aquellos atributos intangibles que tienen relación con el recurso que estamos mostrando, y que desvelan el verdadero significado de este. Ejemplos de conceptos universales, por ejemplo, con relación a un árbol monumental podrían ser: vida, salud, muerte, amor, sustento, familiar, sabiduría, resistencia, supervivencia, etc. Se llaman universales porque son conceptos que importan a todas las personas, por eso son tan importantes en comunicación, aunque cada persona los recibirá según sus valores, su cultura, sus experiencias, etc. Al incluirlos en nuestros mensajes, estamos en cierto sentido asegurando que tendrán alguna conexión con las personas visitantes, sea cual sea su perfil.

Vía verde: verdadera oportunidad para el desarrollo de actividades ecoturísticas. Son vías en desuso, muchas veces antiguas vías del ferrocarril, que se rehabilitan para convertirse en senderos. Suelen ser trazados bastante llanos, por lo que son accesibles para una gran diversidad de público. Además, pasan por pequeñas poblaciones, y pueden estar ligadas a recursos patrimoniales de tipo cultural, histórico, paisajístico, etc.

Bibliografía y enlaces

En este apartado final podríamos volcar cantidad de referencias, sin embargo, optamos por aplicar

• **Para familiarizarse** con la información de carácter general relacionada con la sostenibilidad y el turismo. Es importante que siempre se utilicen fuentes de información fiables, de organismos públicos o de profesionales del sector. Aquí van enlaces a redes internacionales y nacionales, será conveniente que también sean consultadas las fuentes correspondientes a la Autonomía donde tenga lugar la actividad turística en cuestión.

- [OMT, Organización Mundial del Turismo](#)
- [Consejo Global de Turismo Sostenible \(GSTC\)](#)
- [Pacto Mundial. Red Española.](#)
- [Ministerio de Turismo](#)
- [Guía Triple Balance. Emprendimiento inclusivo con impacto positivo](#)
- [Guía para un turismo sostenible de la Red Española para el Desarrollo Sostenible](#)
- [Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030](#)
- [SEGTTUR. Turismo e Innovación](#)
- [Destinos inteligentes](#)
- **Para formarse** con información específica sobre turismo sostenible o ecoturismo de diversos autores
 - [Sensibilización y turismo sostenible PN](#)
 - [El turismo sostenible ¿una tendencia actual o una necesidad?](#)
 - [El turismo desde una perspectiva sostenible y el riesgo de la covid-19](#)



- [Turismo sostenible y bienestar social](#)
 - [Turismo sostenible: diez consejos para lograrlo](#)
 - [Planificación y gestión sostenible del turismo](#)
 - [Gestión de destinos turísticos sostenibles](#)
 - [Ecoturismo de Isabel Fernández Domínguez de Editorial Ideas Propias](#)
 - [Ecoturismo: Hacia una gestión sostenible moderna](#)
- **Para comprender** el punto en el que estamos como humanidad y repensar cómo el turismo puede contribuir en la búsqueda de soluciones.
- [Sapiens. De animales a dioses.](#)
 - [El amanecer de todo. Una nueva historia de la humanidad.](#)
 - [Laudato Si](#)
 - [Ciudades Hambrientas y Sitopía de Carolyn Steel](#)
 - [La ciudad agropolitana, La aldea cosmopolita](#)
- **Para inspirarnos** y encontrar nuevas ideas que nos ayuden a progresar y saber adaptar nuestro modelo de emprendimiento. Además de las obras sugeridas a continuación, será recomendable que también sondees la bibliografía de la etnografía del lugar, ya que esa mirada al pasado nos aportará conocimiento y nuevas visiones.
- [Guía para el descenso energético](#)
 - [Plan A. Economía para la vida. Turismo](#)
- **Para conectarnos a redes**, plataformas interesantes para visitar y encontrar ejemplos de proyectos en marcha, contenido de calidad y conectar con otras iniciativas con las que retroalimentarse.
- [Biosphere Sustainable](#)
 - [Ecotur](#)
 - [Soy Ecoturista](#)
 - [RuralCitizen](#)
 - [Red DTI](#)
 - [Restaurantes Sostenibles](#)



8. ANEXO CUADERNO DE EMPRENDIMIENTO

¿Qué es emprender?

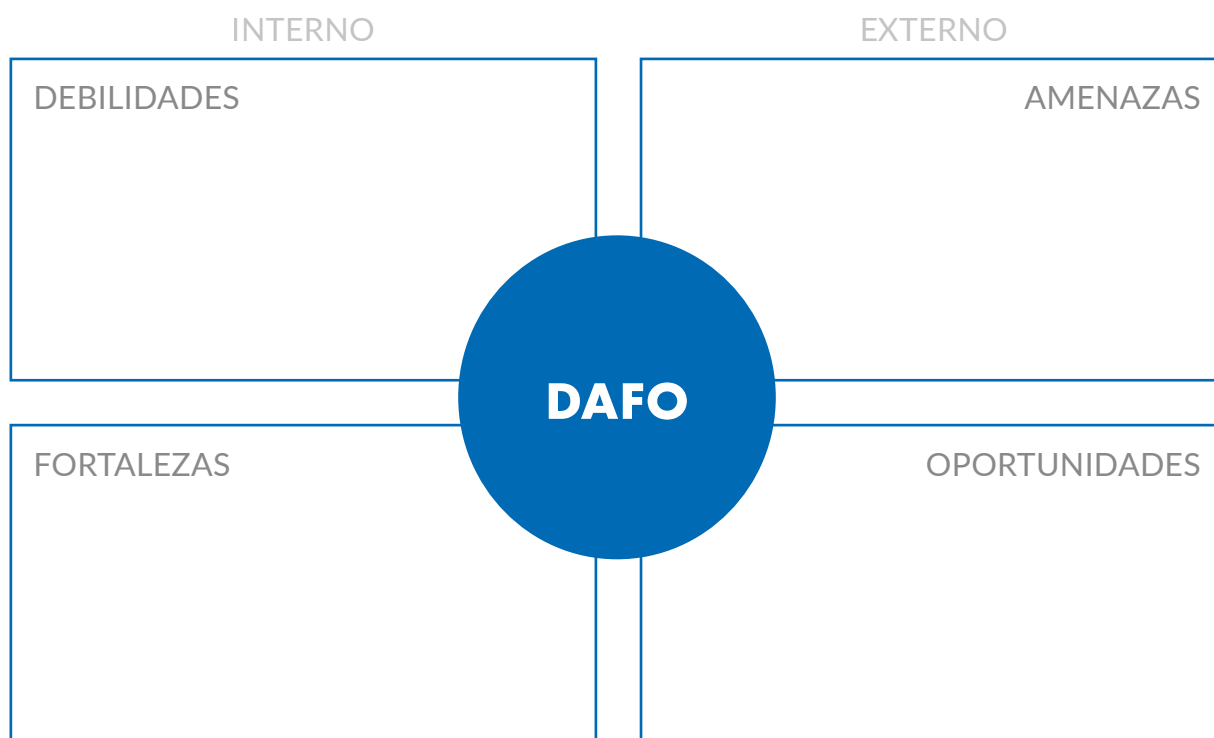
Objetivos:

Avanzar en el autoconocimiento.

Analizar situación personal y profesional.

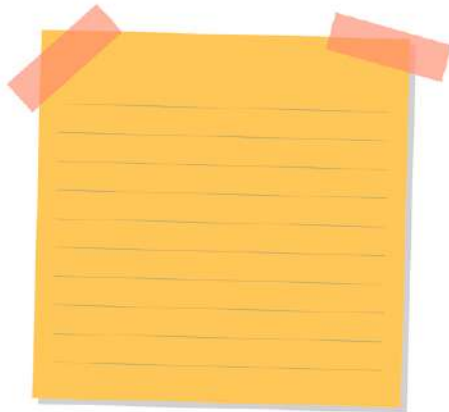
- ¿Quiero emprender? ¿Por qué? ¿Cuál es mi motivación intrínseca, es decir, qué espero me aporte a nivel personal el emprendimiento que ronda por mi cabeza? ¿Cuál es mi motivación extrínseca, qué espero aporte mi emprendimiento a los demás?
- ¿Qué estilo de vida busco con mi emprendimiento? Busco emprender como solución a mi situación de desempleo, o es algo que llevo latente en mi interior desde hace años?

Realiza un DAFO personal. El **DAFO** es una herramienta de análisis aplicada habitualmente a un emprendimiento o una empresa. Como no hay emprendimiento posible sin persona emprendedora, es por ello que te propongo realizar este análisis pensando única y exclusivamente en tus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, todas ellas en el plano personal. Este ejercicio puede ocuparte un tiempo y suponer un esfuerzo, ya que requiere de reflexión y autoconocimiento, pero es esencial para alinear tu emprendimiento a tu situación personal.



En cuanto a situación profesional, responde las siguientes preguntas:

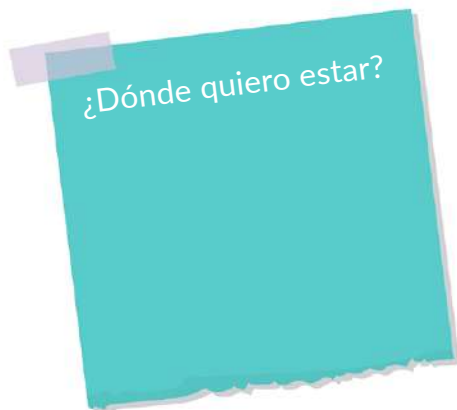
¿Dónde he estado?



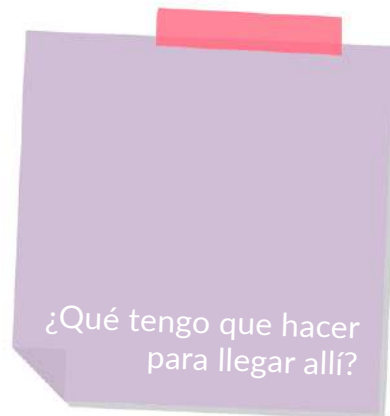
¿Dónde estoy?



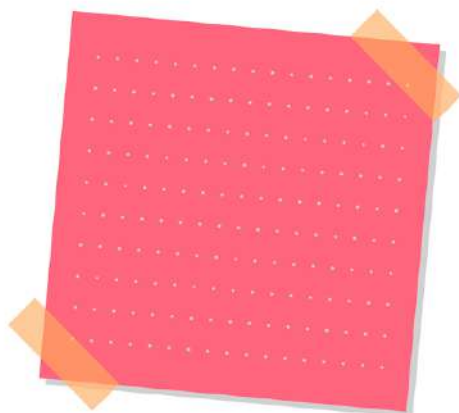
¿Dónde quiero estar?



¿Qué tengo que hacer para llegar allí?



¿Cómo voy a conseguirlo?





¿Qué es el turismo sostenible?

Objetivos:

Relacionar tu emprendimiento con el turismo sostenible.

Probar el carácter de sostenibilidad de tu emprendimiento.

- ¿Por qué tu emprendimiento podría ser considerado turismo sostenible?

- ¿Qué valor aporta en cada uno de los ámbitos de actuación, en medioambiental, social o económico?

- Define una de las actividades que ronda por tu cabeza, seguro que todavía no la tienes muy clara pero lánzate a escribir algo sobre ella y cómo la harías. A continuación, sobre la actividad definida trata de determinar cuál es el valor en cada uno de los ámbitos.



¿Por qué emprender en turismo sostenible?

Objetivos:

Avanzar en el autoconocimiento.

Reflexionar sobre el valor de tu emprendimiento para el mundo y para tu nuevo estilo de vida.

- ¿Cuál dirías que es tu verdadera motivación para emprender en turismo sostenible? Procura definir tu motivación intrínseca e extrínseca a nivel personal

- ¿Qué problema social o medioambiental tiene en cuenta tu emprendimiento? Busca un dato numérico que lo represente a nivel global y otro dato también numérico de su presencia en el ámbito local sobre el que va a ejercer cambio tu emprendimiento.

- ¿Qué valor ofrecerá tu emprendimiento al problema glocal*?

- ¿Qué valor aporta tu emprendimiento en tu nuevo estilo de vida?

- Define el propósito de tu emprendimiento

glocal* = global + local = acción local con pensamiento global



¿Cómo aplicar la sostenibilidad en el turismo con actitud emprendedora?

Objetivos:

Identificar personas usuarias, beneficiarias y clientela.

- ¿Quién recibe el servicio o producto que ofreces con tu emprendimiento? Trata de definir el perfil del usuario/beneficiario con características comunes. En caso de que exista diferencia entre persona usuaria y beneficiaria define por qué.
- ¿Quién paga el servicio o producto que ofreces con tu emprendimiento? Define características comunes para incluirlo en grupos de interés.

Objetivos:

Definir misión, visión y valores.

En este ejercicio te pido que sigas tal cual el proceso, es decir, responde a cada una de las preguntas por separado y luego conceptualiza.

- ¿Qué hacemos en nuestra empresa? ¿Para qué existe nuestra empresa? ¿Cuál es nuestro valor diferencial? Conceptualiza la Misión.
- ¿Qué queremos lograr? ¿Dónde queremos estar en el futuro? ¿Para quién lo haremos? ¿Ampliaremos nuestra zona de actuación? Conceptualiza la Visión.
- ¿Cómo somos? ¿En qué creemos? Conceptualiza los Valores. Recuerda elegir tan sólo tres, luego con el paso del tiempo ya podrás incluir más.

Objetivos:

Identificar todas las acciones y agentes intervinientes en el modelo de negocio.

Reflexionar sobre ejemplos mostrados

- Descarga y complementa el [CANVAS Modelo de Negocio Social y de Impacto](#). Continúa revisando y modificando el documento a medida que avanzas en tu emprendimiento para de ese modo mejorarlo y realizarlo acorde a la realidad que se te va presentando.

The image shows a 'CANVAS Modelo de Negocio Social y de Impacto' template. It consists of several colored boxes for notes:

- PROPOSITO DE TRANSFORMACION** (Light blue): La mejor expresion del emprendimiento. Responde a la pregunta: ¿Para qué existe el negocio social? ¿Qué se a mejorar en el mundo?
- MEDICION DE IMPACTO** (Light blue): Define tu impacto social o medioambiental y los beneficiarios de cada aspecto. Importante: Incluye las métricas que utilizarás para medir los resultados.
- PROBLEMA** (Red): ¿Cuál es el principal problema al que dará solución tu propuesta?
- ALTERNATIVAS EXISTENTES** (Red): ¿Qué otros proyectos o empresas tienen las soluciones como alternativa?
- SOLUCION Y ACTIVIDADES CLAVE** (Blue): ¿Qué solución llevará la propuesta de valor a los negocios? ¿Qué actividades se realizan para entregar la propuesta de valor?
- RECURSOS, SOCIOS Y ACTORES CLAVE** (Blue): ¿Necesitas permisos especiales? ¿Qué recursos necesitas para ejecutar las actividades clave? ¿Qué grupos vas a involucrar en tu proyecto?
- PROPUESTA DE VALOR** (Yellow): **SOCIAL**: ¿Qué ventajas obtiene el beneficiario por tu producto/servicio? **CLIENTES**: ¿Qué obtienen los clientes que pagan por tu producto/servicio?
- VENTAJA DIFERENCIAL** (Blue): ¿Por qué tendrás éxito este proyecto? ¿Qué hace a tu proyecto único y que la competencia no podrá copiar?
- CANALES** (Blue): ¿Cómo te comunicas con tus clientes y beneficiarios? ¿Cómo entregas tu producto/servicio?
- SEGMENTOS** (Purple): **BENEFICIARIOS**: ¿Quiénes reciben o disfrutan del producto/servicio? **CLIENTES**: ¿Qué personas u organizaciones pagan por el producto/servicio?
- ESTRUCTURA DE COSTES** (Green): Los conceptos más importantes de gasto e inversión. ¿Cómo cambias conforme escuchas?
- SURPLUS** (Green): ¿Dónde y cómo vas a invertir tus beneficios?
- INGRESOS** (Green): Describe las fuentes de ingresos.

Logos: Trabajos Con Impacto.com, Emprendedor Social.org, Desarrollado por Ginés Haro Pastor (www.ginesharo.com), Más de 100.000 descargas!, Creative Commons License (CC BY NC SA), Director Manuel Espino.

Objetivos:

Aproximarse a los datos identificativos del territorio dónde tendrá lugar tu emprendimiento.

- Identifica esas palabras clave de tu emprendimiento y defínelas según tu visión, así obtendrás el primer boceto del diccionario de tu emprendimiento. Algo que sin duda podrás compartir con el paso del tiempo con tu clientela. Apunta las dos o tres ideas que te surgieron al realizar este pequeño ejercicio, ahí está la fuerza de la actitud innovadora.
- Define el territorio sobre el que actúa tu emprendimiento. Es importante que identifiques los elementos que lo hacen único, aportando datos y señas de identidad. Busca comparativa con otros territorios singulares y que puedan compartir elementos.
- Si tu emprendimiento es rural, recupera una historia propia del lugar que pueda ser de interés para turistas que nada saben del territorio que visitan.



VIVES SOSTENIBLE



**ACCIÓN
CONTRA EL
HAMBRE**

C/ Duque de Sevilla, 3.
28002 Madrid
Tel. +34 91 391 53 00
Fax +34 91 391 53 01

www.accioncontraelhambre.org



www.vivessostenible.org