

# Transición hacia un **Turismo Sostenible**

---

Perspectivas y propuestas para abordar  
el cambio desde la Agenda 2030

Moisés Simancas Cruz  
Raúl Hernández Martín  
Noemí Padrón Fumero

**Coordinación**



Este libro es uno de los resultados del proyecto *Agenda para la Transformación Sostenible del Turismo* en el que se han desarrollado diversas actuaciones de foro de debate y de investigación, a iniciativa de la Fundación CajaCanarias y el Gobierno de Canarias, con la dirección técnica de la Fundación Alternativas y la Fundación Fyde CajaCanarias y la dirección académica de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna.

Este proyecto parte de la idea de que la situación de crisis derivada de la pandemia, la emergencia climática y la necesaria revisión de los modelos económicos desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, plantean la necesidad de llevar a cabo una revisión en profundidad del sector turístico. Un reto central es la transición hacia la sostenibilidad entendida, más que nunca, de forma integral y sistémica, más allá de sus dimensiones económicas y ambientales, incorporando aspectos sociales de los destinos, los turistas y la población residente.

El libro recoge parte de los resultados de los debates promovidos para ayudar a transitar en este necesario proceso de cambio. Se incluyen las aportaciones de 37 personas –del ámbito académico, del sector empresarial y de instituciones públicas y privadas– que han sido coordinadas por los miembros de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna, Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemí Padrón Fumero.

El término «transición» se ha puesto de moda para referirse a cambios de cierta importancia, no a modificaciones triviales, automáticas, rutinarias o de mero detalle. Así, las connotaciones de una transición hacia un turismo sostenible implican modificaciones estructurales y radicales.

El objetivo del libro es abordar y alinear los grandes desafíos de la transición sostenible del turismo desde la perspectiva de la Agenda 2030. No se pretende aportar solo ideas sobre el turismo sostenible; por el contrario, se trata de aportar 22 reflexiones y propuestas de personas expertas sobre la forma de abordar algunos de los grandes retos de la transición hacia la sostenibilidad del turismo desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El libro tiene la vocación de convertirse en una referencia conceptual y analítica de interés global. No se trata de un trabajo académico al uso, sino de un conjunto de capítulos breves, con ideas claves y propuestas de acción que tienen una referencia territorial amplia, para que sirva de ayuda a personas investigadoras, gestoras o técnicas.



# Transición hacia un Turismo Sostenible

---

Perspectivas y propuestas para abordar  
el cambio desde la Agenda 2030

Moisés Simancas Cruz  
Raúl Hernández Martín  
Noemí Padrón Fumero

**Coordinación**



© 2023 Fundación Fyde CajaCanarias (Edición)

© 2023 Los autores

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright.

**Edita:** Fundación Fyde CajaCanarias

Plaza del Adelantado, nº3

38201 San Cristóbal de La Laguna

Tel.+34 922 22 78 35

administracion@fyde-cajacanarias.es

<http://www.fyde-cajacanarias.es>

**ISBN:** 978-84-09-49944-1

**Depósito Legal:** TF 226-2023

**DOI:** <https://doi.org/10.25145/b.2023.04>

**Diseño y maquetación:** Moby Dick Studio

**Impresión:** Litografía Drago

*Esta publicación ha sido impresa en papel ecológico*



Impreso en España

# Presentación

El objetivo de avanzar hacia un modelo de sostenibilidad global está y debe seguir estando en el foco de atención para transitar hacia él en su triple dimensión: social, medioambiental y económica. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas incorpora un lenguaje común, establece un marco de actuación y proporciona un instrumento poderoso para alinear voluntades y motivaciones para trabajar en esa dirección.

El presente libro viene a formar parte de un proyecto que nos planteamos en el marco del ODS 17 («Alianzas para lograr los objetivos»), en el que se propuso un plan de trabajo para avanzar en una agenda comprometida con la transformación sostenible del turismo, uniendo esfuerzos entre diversas instituciones a nivel regional y nacional.

El propósito de acción social de nuestra Fundación CajaCanarias y nuestro objetivo de desarrollar iniciativas que conduzcan al impulso del mejor conocimiento y avance de la sociedad se encuentra en la base de este marco de colaboración con el Gobierno de Canarias, la Fundación Alternativas, la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna y con nuestra Fundación Fyde CajaCanarias. La finalidad última no es otra que analizar, reflexionar y elaborar propuestas que contribuyan a rediseñar un modelo del sector turístico más sostenible e integrador.

La alianza de cooperación creada se concretó en el proyecto *Agenda para la Transformación Sostenible del Turismo*, el cual se ha definido a través de un espacio de foro de debate y reflexión con investigadoras e investigadores universitarios, miembros de la Administración pública y de sectores empresariales y sociales, así como en la elaboración de esta publicación, que reúne aportaciones de las personas participantes en los diálogos y de otras personas invitadas como expertas de distintos ámbitos del turismo y la sostenibilidad.

Este libro, que lleva por título *Transición hacia un turismo sostenible. Perspectivas y propuestas para abordar el cambio desde la Agenda 2030*, recopila en sus 22 capítulos las contribuciones de 37 personas implicadas en el proyecto, constituyendo una referencia conceptual y analítica de interés global que servirá de ayuda en el ámbito de la toma de decisiones públicas y privadas a nivel técnico y académico. Agradecemos a todas las personas participantes en esta obra colectiva sus interesantes reflexiones y propuestas para atender los grandes retos que tenemos por delante en la evolución hacia un modelo de turismo sostenible, y por su colaboración para avanzar hacia el principio que inspira la Agenda 2030: *no dejar a nadie atrás*.

Quiero expresar un especial agradecimiento a los coordinadores de esta publicación, Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemí Padrón Fumero por su total compromiso con este propósito, y a cuantas personas y entidades han aceptado convertirse en socios de esta iniciativa haciendo posible recorrer un camino de compromiso, que no es otro que tratar de llegar más lejos en este importante reto de nuestra sociedad.

**Margarita Ramos Quintana**  
*Presidenta Fundación CajaCanarias*

# Presentación

En el transcurso de los últimos lustros, décadas incluso, hemos visto como el mosaico de riesgos y desequilibrios ambientales, sociales, económicos, tecnológicos y de gobernanza se ha ido complicando cada vez más. Retos de naturaleza global, planetaria, que enfrenta el conjunto de la humanidad y que, por tanto, demandan una respuesta mínimamente consensuada a escala internacional. Retos, además, interconectados, por lo que las respuestas que se pretendan arbitrar deben partir de enfoques integrales, holísticos. Retos, por si fuese poco, que siendo de alcance planetario, impactan de manera diferenciada sobre cada territorio, por lo que las respuestas deben modularse a las particularidades de cada localización, de cada realidad.

Estos preocupantes movimientos en las placas tectónicas de nuestros sistemas socioeconómicos se han mostrado con toda su crudeza, a modo de movimientos sísmicos, en los episodios de crisis que hemos experimentado en los últimos años. Terremotos que nos recuerdan los muchos temas pendientes de abordar desde hace tiempo, y que hemos ido postergando. Sacudidas que nos invitan a recuperar la consciencia en torno a la idea de la existencia de límites, la importancia de lo colectivo y las alianzas, y a reconducir nuestros modelos de desarrollo hacia los principios de la sostenibilidad y la resiliencia como única fórmula para recuperar la seguridad perdida.

Canarias no es ajena a estas consideraciones, como tampoco lo es la actividad turística. Del encuentro de estas dos realidades, surge el imperativo de reflexionar y buscar soluciones sostenibles y sustentables en el tiempo para los destinos turísticos. En la respuesta que demos a la imperiosa necesidad de repensar nuestro actual modelo de desarrollo debe ocupar un lugar destacado la reorientación de nuestro modelo turístico. Y en la compleja tarea consistente en, primero, identificar las respuestas relevantes a responder y, segundo, identificar las respuestas más verosímiles, hemos de apoyarnos en la Agenda 2030

de la ONU y su cristalización en Canarias, la Agenda Canaria de Desarrollo Sostenible.

A la ingente tarea de arrojar algo de luz que ilumine este camino que estamos obligados a recorrer sin demora se orienta esta obra, y que ha sido posible gracias a la colaboración de la Fundación CajaCanarias, la Fundación Alternativas, la Fundación Fyde CajaCanarias y la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna.

Esta publicación, que se nutre de las reflexiones de un elevado número de profesionales y académicos, nos ofrece un diagnóstico de la complejidad inherente al escenario sobre el que deseamos actuar, a la vez que ofrece a todos los actores que integran el ecosistema turístico pistas concretas que orienten nuestras actuaciones.

**Antonio Olivera Herrera**

*Viceconsejero de la Presidencia del Gobierno de Canarias*

# Presentación

La Fundación Alternativas es una organización privada que se constituye como un *think tank*, o laboratorio de ideas, progresista e independiente. Es el *think tank* más consolidado en España de esta orientación política. Fue creado en 1997, es decir, hace más de veinticinco años. Nuestro equipo se divide en varias áreas de especialización: Políticas Públicas, Política Exterior, Sostenibilidad y Cultura y Comunicación. Cada área tiene asociados proyectos estables, principalmente investigaciones desarrolladas en forma de informes, que se repiten periódicamente. Además, cuenta con proyectos puntuales relacionados con los temas que se trabajan regularmente, desde perspectivas novedosas en colaboración con una red de expertos externos especializados en diversas áreas del conocimiento. La Fundación mantiene vínculos sólidos con investigadores de toda España y de otros países, especialmente de Latinoamérica, así como con responsables políticos progresistas, de distintos partidos o asociaciones políticas, y con los medios de comunicación.

El trabajo realizado pretende contribuir a la producción de datos y reflexiones de calidad que pueda informar la elaboración de políticas públicas en España y en la UE. El objetivo central de la Fundación Alternativas es, en última instancia, favorecer líneas de acción política que puedan mejorar el bienestar social y/o asentar los valores democráticos en la sociedad española. La difusión del trabajo realizado se efectúa a través de seminarios, presentaciones y mesas de diálogo, en estrecho contacto con la prensa.

El Laboratorio de Políticas Públicas y el área de Sostenibilidad, que están a cargo de la participación de la Fundación Alternativas en el proyecto *Agenda para la Transformación Sostenible del Turismo* que ha dado como fruto este libro, han sido promotores y coordinadores de la iniciativa por su interés y experiencia en los ámbitos de la gestión pública del turismo, la «obligación inaplazable» (usando la expresión de los autores del primer capítulo) de la transición ecológica y

la justicia social. Todos ellos están, a su manera, estrechamente ligados a los valores democráticos y al reto social y político que supone enfrentar la doble transición verde y digital de nuestro tiempo. La Fundación Alternativas acogerá en su sede la presentación de este libro en Madrid, así como un seminario simultáneo que pretende abrir nuevas perspectivas en el ámbito del turismo sostenible, siguiendo los contenidos del primer seminario celebrado en el marco de este proyecto en Santa Cruz de Tenerife.

La Fundación Alternativas agradece a las Fundaciones CajaCanarias y Fyde CajaCanarias, al Gobierno de Canarias y a la Universidad de La Laguna su confianza en nuestro equipo para llevar adelante esta importante tarea. Esperamos, también, que el presente volumen sirva de guía para responsables políticos, empresarios y sociedad civil por igual en la difícil pero prometedora labor que tenemos entre manos.

**Diego López Garrido**

*Vicepresidente Ejecutivo de la Fundación Alternativas*

# Índice

<b>Introducción</b> .....	19
José Luis Rivero Ceballos y Jesús Ruiz-Huerta Carbonell	

## Ideas para la transición hacia un turismo sostenible

<b>Capítulo 1. La necesidad de la sostenibilidad del turismo</b> .....	27
Juan Ignacio Pulido Fernández y Yaiza López Sánchez	

Referencias bibliográficas.....	35
---------------------------------	----

<b>Capítulo 2. Decrecimiento justo vs. decrecimiento fake</b> .....	37
Asunción Blanco-Romero, Macià Blázquez-Salom y Robert Fletcher	

1. Introducción .....	37
-----------------------	----

2. Tergiversación del decrecimiento .....	38
---	----

3. Decrecimiento justo aplicado al turismo .....	39
--	----

4. Conclusiones .....	41
-----------------------	----

Referencias bibliográficas.....	41
---------------------------------	----

<b>Capítulo 3. La Agenda 2030 en la planificación y gestión de los destinos turísticos sostenibles. ¿Cómo evitar las prácticas de «lavado de cara»?.....</b>	45
David Padrón Marrero	

1. Introducción. La sostenibilidad en el ámbito específico de la actividad turística .....	45
--	----

2. Principios y facilitadores de la Agenda 2030 .....	46
---	----

3. Lo que significa trabajar bajo el paraguas de la Agenda 2030 .....	48
---	----

4. Conclusiones .....	59
-----------------------	----

Referencias bibliográficas.....	60
---------------------------------	----

<b>Capítulo 4. Datos y conocimiento para la transición sostenible de los destinos turísticos</b> .....	61
Raúl Hernández Martín	

1. Introducción .....	61
-----------------------	----

2. ¿Por qué es relevante medir la sostenibilidad para el caso particular del turismo?.....	62
--	----

3. ¿A qué escala territorial debemos medir la sostenibilidad del turismo?.....	63
--	----

4. ¿La medición de la sostenibilidad debe centrarse en la industria turística o en los visitantes? .....	64
--	----

5. ¿Cómo satisfacer necesidades de información heterogéneas con herramientas rigurosas y comunes aceptadas internacionalmente?.....	65
6. ¿Cómo superar el gap entre los datos y la toma de decisiones?.....	67
Referencias bibliográficas.....	68

**Capítulo 5. La territorialización de la Agenda 2030 en los destinos turísticos .....71**

**Moisés Simancas Cruz**

1. Introducción .....	71
2. El reto de la localización de la Agenda 2030 .....	74
3. Reflexiones para abordar la territorialización de la Agenda 2030 en los destinos turísticos .....	78
4. Conclusiones .....	82
Referencias bibliográficas.....	83

**La transición desde la perspectiva de la competitividad turística**

**Capítulo 6. ODS y empresas turísticas: necesidad y oportunidad.....89**

**Vanesa Rodríguez Vindel**

1. Introducción .....	89
2. Oportunidades y retos de la Agenda 2030 en el sector turismo .....	90
3. Cómo abordar los retos del sector turismo.....	91
4. Conclusiones .....	93
Referencias bibliográficas.....	93

**Capítulo 7. Los retos de los productos consolidados.....95**

**Carlos Fernández Hernández**

1. Introducción .....	95
2. Análisis de los retos y reflexiones sobre cómo abordarlos .....	96
3. Conclusiones .....	104
Referencias bibliográficas.....	105

**Capítulo 8. Innovación y modelos de negocio turísticos para la sostenibilidad....107**

**Desiderio Gutiérrez Taño**

1. Introducción .....	107
2. Análisis de retos .....	108
3. Reflexiones sobre cómo abordarlos .....	110
4. Conclusiones .....	113

**Capítulo 9. Turismo sostenible en la era de la digitalización y la inteligencia artificial .....115**

**Jacques Bulchand Gidumal**

1. Introducción .....	115
2. Impacto de la digitalización en los ODS .....	116
3. Impactos de la digitalización y la IA en la sostenibilidad del sector turístico.....	116

4. Conclusiones .....	121
Referencias bibliográficas.....	121

## **Capítulo 10. Sostenibilidad urbana de los destinos turísticos desde la perspectiva de la Agenda Urbana Española ..... 123**

**Oswaldo Ledesma González**

1. Introducción: la sostenibilidad urbana .....	123
2. El instrumento: la Agenda Urbana Española .....	124
3. Análisis del reto: la sostenibilidad urbana del destino turístico Puerto de la Cruz .....	126
4. Conclusiones: sostenibilidad urbana de destinos turísticos y Agenda Urbana Española.....	131
Referencias bibliográficas.....	132

## **Transición ecológica del turismo**

### **Capítulo 11. Cambio climático y turismo: reflexiones para generar destinos resilientes en entornos insulares..... 139**

**Pedro Dorta Antequera y Jordan Correa González**

1. Introducción .....	139
2. El binomio cambio climático y turismo.....	140
3. Los retos de la adaptación y la mitigación .....	143
4. Conclusiones .....	146
Referencias bibliográficas.....	147

### **Capítulo 12. La urgencia de actuar. El viaje a la descarbonización del destino *Islas Canarias* ..... 149**

**José Juan Lorenzo Rodríguez**

1. La urgencia de actuar. Canarias, turismo y cambio climático.....	149
2. Una estrategia para la transformación del modelo turístico canario y el compromiso con la neutralidad climática .....	150
3. La adhesión del destino a la Declaración de Glasgow .....	152
4. Nuestro <i>Máster Plan de Acción Climática</i> . El objetivo es reducir, pero la clave es medir.....	152
5. Las cinco vías del viaje y las medidas que proponemos.....	153
6. Conclusión .....	156
Referencias bibliográficas.....	156

### **Capítulo 13. Gestión eficiente del agua y turismo: avanzando hacia la sostenibilidad ..... 157**

**Inés Ruiz-Rosa, Natalia Antonova y Javier Mendoza-Jiménez**

1. Introducción .....	157
2. Análisis de los retos .....	158
3. Reflexiones sobre cómo abordarlos .....	159
4. Conclusiones .....	161
Referencias bibliográficas.....	161

## Capítulo 14. La transición hacia los residuos cero en el turismo: claves para el sector alojativo .....163

Eugenio Díaz-Farina y Noemí Padrón-Fumero

1. Introducción .....	163
2. La invisibilidad del turismo en la generación de residuos .....	164
3. Nuevas políticas de economía circular: hacia un pago por generación de residuos en los establecimientos.....	168
4. Conclusiones .....	172
Referencias bibliográficas.....	173

## Capítulo 15. El papel del capital natural en la transición hacia un turismo sostenible y el cumplimiento de la Agenda 2030 y los ODS.....177

José Luis de la Cruz Leiva

1. Introducción .....	177
2. La biodiversidad y el capital natural en la Organización Mundial del Turismo.....	179
3. El papel de la empresa en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica.....	181
4. ODS ambientales y sostenibilidad en el turismo.....	183
5. Grado de internalización de los ODS 14 y 15 en las principales empresas turísticas españolas.....	185
6. Recomendaciones.....	187
7. Conclusiones .....	188
Referencias bibliográficas.....	190

## Capítulo 16. Turismo regenerativo, un paradigma emergente .....193

Matías González Hernández

1. Introducción.....	193
2. El turismo sostenible, ¿un paradigma en crisis? .....	194
3. El turismo regenerativo, ¿un paradigma emergente?.....	196
4. El potencial del turismo regenerativo en Canarias .....	200
Referencias bibliográficas.....	201

## Transiciones hacia un turismo más de todos

### Capítulo 17. Gobernanza e inteligencia territorial: conceptos clave para la gestión de destinos turísticos sostenibles .....207

Alfonso Fernández Tabales y Andrea Ruiz Romera

1. Introducción. Los conceptos de <i>gobernanza e inteligencia territorial</i> .....	207
2. La perspectiva de la Agenda 2030 y cómo abordar sus retos desde la gobernanza y la inteligencia territorial en destinos .....	210
3. Conclusiones .....	213
Agradecimientos.....	213
Referencias bibliográficas.....	213

<b>Capítulo 18. La transición ecosocial en el turismo y el papel de «lo local» .....</b>	<b>215</b>
<b>Inmaculada Díaz-Soria y Carla Izcara Conde</b>	
1. Introducción .....	215
2. Retos del turismo de proximidad en el marco de los ODS .....	217
3. Conclusiones. Reflexiones sobre cómo abordar los retos expuestos.....	221
Referencias bibliográficas.....	223
<b>Capítulo 19. La medición del valor social del turismo.....</b>	<b>227</b>
<b>Javier Mendoza Jiménez, Beatriz Guzmán Pérez y María Victoria Pérez Monteverde</b>	
1. Introducción .....	227
2. La contribución social del turismo y los ODS .....	228
3. La medición del valor social del turismo: el caso del Hotel Tigaiga.....	229
4. Conclusiones .....	231
Referencias bibliográficas.....	232
<b>Capítulo 20. La vía del turismo accesible para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....</b>	<b>233</b>
<b>Raquel Huete-Nieves, Ana C. Rucci y Rosario Navalón-García</b>	
1. Introducción .....	233
2. El turismo accesible y los ODS.....	235
3. Propuestas de actuación .....	236
4. Conclusiones .....	240
Referencias bibliográficas.....	241
<b>Capítulo 21. Responsabilidad social y sostenibilidad corporativa de las empresas turísticas .....</b>	<b>243</b>
<b>Alexis Robles Hormigo</b>	
1. La responsabilidad social y la sostenibilidad.....	243
2. La percepción empresarial de la sostenibilidad.....	244
3. Conclusiones .....	248
<b>Capítulo 22. Panorama de la sostenibilidad social del turismo en Canarias.....</b>	<b>251</b>
<b>Pablo Rodríguez González</b>	
1. Introducción.....	251
2. Equidad .....	252
3. Calidad de vida .....	254
4. El problema demográfico.....	256
5. Participación y apoyo al turismo.....	258
6. Conclusiones. Alcanzar los objetivos de la Agenda .....	259
Referencias bibliográficas.....	261

# Introducción

El Gobierno de Canarias, la Fundación Alternativas, la Fundación CajaCanarias y la Fundación Fyde CajaCanarias han unido voluntades para ofrecer una extensa reflexión sobre las relaciones entre el turismo y los objetivos de la Agenda 2030. El resultado de esta reflexión se ha derivado del diseño de tres iniciativas: un seminario, celebrado el pasado noviembre, en Santa Cruz de Tenerife; un libro con contribuciones de expertos, que el lector tiene en sus manos; y un último seminario, que se celebrará en Madrid, el próximo mes de abril. Todo ello bajo la visión académica de la Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna.

Hay una preocupación elemental que motivó la puesta en marcha de este proyecto: el turismo es una actividad económica de primer orden de importancia en España, generadora de empleo, y demandada por extensos segmentos de la población; al mismo tiempo, produce claros efectos sobre el territorio, el patrimonio, las ciudades, el medioambiente y, en otro orden de cosas, en las relaciones laborales, o en la distribución de la renta. En definitiva, tiene importantes consecuencias sobre el paisaje que nos rodea, en el sentido expresado en el Convenio Europeo del Paisaje, considerado como «cualquier parte del territorio tal y como lo percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos». Al tiempo que producen bienestar entre la población, estos efectos también pueden generar malestar y múltiples problemas.

Tales efectos son tan importantes que, en todos los lugares —urbanos, rurales, o litorales— se busca ofertar el patrimonio, entendido en sentido amplio, a fin de atraer visitantes, que buscan el bienestar a través de la conocida combinación de experiencias lúdicas, críticas, prácticas y utópicas. El patrimonio está siendo puesto al alcance de una población ávida de disfrutar del nuevo lujo, esto es, de lo excepcional, que ya no es exclusivo, como lo era el lujo tradicional. Todos los

elementos de la cultura que las generaciones han decidido conservar, ya sea una fiesta popular, edificios construidos en el pasado o en el presente, la playa, el deporte, un museo, incluso un recuerdo de los horrores y crímenes de la humanidad, están al alcance de las preferencias de los individuos, con la única restricción de los límites de sus propios recursos.

Pero, como se señalaba, esta oferta genera también problemas. La asignación de recursos que exige el turismo no es pacífica en muchos extremos. Una oferta y demanda tan presionantes produce diversidad de intereses encontrados. Surgen por todas partes problemas relativos a la sostenibilidad ambiental, económica y social. Se debate por tanto la relación del turismo con los límites del crecimiento económico, el decrecimiento o el poscrecimiento, especialmente con relación a la protección del medioambiente y la garantía de una adecuada distribución de la renta.

De modo que hemos de enfrentarnos a problemas complejos, en los que, con frecuencia, las preferencias individuales y las colectivas son difíciles de armonizar. En consecuencia, la calidad de la gobernanza y de una gestión correcta de los recursos turísticos es un aspecto central del problema que nos ocupa.

El libro, desde su título y subtítulo, revela estas preocupaciones compartidas, Transición hacia un turismo sostenible. Perspectivas y propuestas para abordar el cambio desde la Agenda 2030. La sistemática del documento permite el seguimiento de las cuestiones señaladas desde cuatro perspectivas diferentes: las ideas fundamentales para la transición necesaria hacia un turismo sostenible; el grado de competitividad coherente con la sostenibilidad; la visión ecológica de la transición; y los requerimientos de equidad en dicha transición.

Los textos contenidos en la primera parte del libro discuten las ideas fundamentales sobre el significado y alcance de la sostenibilidad. Es bien conocido que el objetivo de la sostenibilidad está lejos de ser entendido uniformemente y también que existe el peligro de que se banalice su contenido. Una buena vía para lograr los consensos necesarios y fortalecer los conocimientos es a través de la territorialización de la Agenda 2030 y de la producción de información para la toma de decisiones (a ello se destinan los textos de J. I. Pulido Fernández y Y. López Sánchez; A. Blanco-Romero, M. Blázquez-Salom y R. Fletcher; D. Padrón Marrero; R. Hernández Martín; y M. Simancas Cruz).

En este complejo mundo de relaciones de mercado en el que todos los lugares ponen al día sus recursos turísticos, las empresas intentan mantener el pulso de la competitividad. Una competitividad que hasta hace bien poco tiempo con-

sistía en atraer a la demanda a través de precios y calidad del producto, pero que ahora, necesariamente, ha de integrar los factores medioambientales. Son tiempos en los que la competencia entre empresas y lugares tiene requerimientos múltiples, recogidos por los ODS. El gran desarrollo del turismo de masas en España, a partir del Plan de Estabilización, al final de los años 50 del pasado siglo, ha permitido, a lo largo del tiempo, la consolidación de numerosos destinos maduros, que deben adaptarse a los nuevos requerimientos. Además de los tradicionales destinos de sol y playa, en las últimas décadas se ha producido un impulso extraordinario de los destinos urbanos, que han existido siempre, pero ahora con renovado atractivo. Y todo ello en el marco de un proceso acelerado de digitalización y aplicaciones relacionadas con la inteligencia artificial (son los temas tratados en los trabajos de V. Rodríguez Vindel, C. Fernández Hernández, D. Gutiérrez Taño, J. Bulchand Gidumal, y O. Ledesma González).

Como se ha expresado, la sostenibilidad ambiental, junto con la social y económica, es un elemento diferencial con respecto al pasado. Son consecuencia de las nuevas preocupaciones de los individuos, las empresas y la sociedad, a los que se suma el tan antiguo problema económico de hacer compatibles los intereses individuales y colectivos. En determinados casos, buscamos cómo limitar al máximo los efectos externos negativos del turismo; en otros, tratamos de evitar la saturación a través de la acción normativa de los gobiernos, y siempre se intenta reducir el consumo de bienes escasos y gestionar adecuadamente los residuos de los procesos. Pero, también interesa evaluar el paradigma de la sostenibilidad, y proponer un paso más hacia el turismo regenerativo (al respecto, ver los textos de P. Dorta Antequera y J. Correa González; J. J. Lorenzo Rodríguez; I. Ruiz-Rosa, N. Antonova y J. Mendoza-Jiménez; E. Díaz-Farina y N. Padrón-Fumero; J. L. de la Cruz Leiva; y M. González Hernández).

Como todo proceso económico de crecimiento, el turismo tiene efectos sobre el bienestar de las poblaciones y su distribución, en términos de rentas, ante mercado y post mercado. Y, por supuesto, está relacionado con la gobernanza. En la medida en que la sociedad se hace más compleja en la gestión de sus intereses, se pone en evidencia con nuevas formas la necesidad de garantizar que las decisiones sean justas, sobre todo, en procesos de transición, porque con frecuencia se está de acuerdo en el diagnóstico y en la imagen de la sociedad a la que se aspira, pero no en cómo se articula el proceso de transición. Necesitamos pues nuevas referencias en la toma de decisiones y nuevos espacios que amplíen la extensión de las aportaciones científicas con las propuestas de quienes experimentan en su vida cotidiana los efectos de los procesos de

cambio para facilitar el trabajo de quienes deben adoptar las decisiones (son los temas tratados en los textos de A. Fernández Tabales y A. Ruiz Romera; I. Díaz-Soria y C. Izcara Conde; J. Mendoza Jiménez, B. Guzmán Pérez y M. V. Pérez Monteverde; R. Huete-Nieves, A. C. Rucci y R. Navalón-García; A. Robles Hormigo; y P. Rodríguez González).

De estas cuestiones nos ocupamos en este proyecto, del que el libro que ofrecemos es una parte. Esperamos que las numerosas reflexiones sean útiles siempre con la vista puesta en el futuro y que este sea un paso más en el proceso de reflexión sobre una cuestión de tanta relevancia.

Agradecemos a los autores y autoras su participación y a las instituciones involucradas su compromiso, y esperamos que estos textos alimenten los debates sobre los procesos de transición sostenible en el marco de los ODS.

**José Luis Rivero Ceballos**

*Vicepresidente de la Fundación CajaCanarias*

**Jesús Ruiz-Huerta Carbonell**

*Director del Laboratorio de Políticas Públicas  
de la Fundación Alternativas*



# Ideas para la transición hacia un turismo sostenible

---

## CAPÍTULO 1

# La necesidad de la sostenibilidad del turismo

---

**Juan Ignacio Pulido Fernández**  
*Catedrático de Economía Aplicada*  
*Universidad de Jaén*

**Yaiza López Sánchez**  
*Profesora Ayudante Doctora de Economía Aplicada*  
*Universidad de Málaga*

Cabe comenzar este capítulo afirmando que apostar por la sostenibilidad en el turismo no es tanto una necesidad como una obligación inaplazable. Seguidamente, se expondrán los motivos, comprendiendo que lograr la real consecución de un turismo sostenible o «prosostenible» es una meta con muchos obstáculos en su camino. Se debe empezar por admitir que el concepto de sostenibilidad, aun siendo vigente, necesario y de urgente aplicación, se ha banalizado y se ha hecho en gran parte inservible, porque su pilar económico acaba imponiéndose sobre el social y el ecológico. No se debe olvidar que el progreso también es equidad, distribución y conservación, y equilibrio ambiental.

En 2022 se cumplieron 50 años desde que el famoso documento *Los límites del crecimiento* (Meadows, 1972) —uno de los primeros estudios de modelización que preveía las repercusiones medioambientales y sociales de la industrialización— ya advirtiera de que el continuo crecimiento económico y demográfico agotaría los recursos de la tierra y provocaría un colapso económico mundial en 2070. Para su época, era un diagnóstico impactante y tuvo una acogida desigual, a la vez que un diminuto impacto global, si nos atenemos a la continua aceleración económica iniciada en la década de 1950, particularmente precipitada desde los años 70. En aquel momento, era casi una herejía sugerir que algunos de los fundamentos de la civilización industrial (extraer carbón, fabricar acero, perforar en busca de petróleo o rociar los cultivos con fertilizantes, entre otros) pudieran causar daños duraderos, incluso irreparables.

Pero la autora principal del estudio (del que se han vendido más de 30 millones de copias y es considerado uno de los libros más influyentes del siglo XX), Donella Meadows, junto a sus destacados colegas del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), se mantuvieron firmes, señalando que la estabilidad ecológica y económica sería posible si se actuaba con prontitud.

De hecho, es innegable, como expuso Bardi (2021) en su libro *Los límites del crecimiento retomados*, la polémica que ha venido causando el informe. Por un lado, muchos políticos, economistas e investigadores lo niegan por ser fatalista y, por otro lado, se reafirma la necesidad de garantizar la sostenibilidad del planeta. Los argumentos que niegan las conclusiones del informe permanecen, a pesar de que —como recoge Federico Mayor Zaragoza en dicha obra— «se han cumplido, por desgracia, buena parte de los vaticinios: calentamiento global, cambio climático, decrecimiento de la biodiversidad».

El Informe del Club de Roma fue un documento crucial también para la creación del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), en 1972. En ese año, se debatía sobre la idea de que, para subsistir, los organismos deben estar adaptados a su medio; asimismo estos modifican su entorno en una relación directa. Cuando se pierde la «sintonía» entre las capacidades de adaptarse de una especie y las condiciones del medio, la especie desaparece (primer punto de la Declaración de Estocolmo de la Conferencia de Naciones Unidas Sobre el Medio Humano en 1972). Se trataba de desafiar al mundo para encontrar formas de vida coherentes con los límites biofísicos del planeta.

Desde entonces, los debates no han cesado. Una reciente editorial de la mundialmente conocida revista *Nature*, titulada «¿Existen límites al crecimiento económico? Es hora de poner fin a una discusión de 50 años»<sup>1</sup>, termina con la siguiente frase: «En 1972, todavía había tiempo para debatir, y menos urgencia para actuar. Ahora, el mundo se está quedando sin tiempo». Sin embargo, la reciente conferencia Estocolmo+50 (que tuvo lugar en junio de 2022), que pretendía ser un relanzamiento de los objetivos de Estocolmo 1972, ha pasado desapercibida en este mundo convulso. Una señal evidente de la resistencia de los poderes a hacer frente a la amenaza.

Es cierto que ahora existe un gran consenso científico al respecto de que las actividades humanas (siendo la actividad turística una de ellas, y una importante) tienen efectos irreversibles en el medioambiente (sin olvidar al preocupante y burdo negacionismo que se refugia en movimientos populistas negando la

---

1 Disponible en: <https://www.nature.com/articles/d41586-022-00723-1>

evidencia). Pese al consenso científico en esta crucial cuestión, sin embargo, se discrepa sobre las soluciones, especialmente si implica frenar el crecimiento económico. Y este desacuerdo impide actuar con contundencia en una apuesta real por la sostenibilidad, por un desarrollo sostenible cuya definición más conocida proveniente del informe de las Naciones Unidas de 1987 —denominado Informe Brundtland (*Nuestro Futuro Común*)— viene a decir que debemos:

Satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las necesidades de las generaciones futuras, al mismo tiempo que se garantiza un equilibrio entre el crecimiento de la economía, el respeto al medioambiente y el bienestar social. (ONU, 1987)

Los científicos, políticos, empresarios y la sociedad en general tienen la necesidad imperiosa de centrarse en los grandes objetivos, de detener la catastrófica destrucción medioambiental y mejorar el bienestar de la población.

Investigadores destacados defienden que las economías pueden crecer sin hacer inhabitable el planeta. Señalan pruebas, sobre todo procedentes de los países nórdicos, de que las economías pueden seguir creciendo incluso cuando las emisiones de carbono empiezan a reducirse (Lenton et al., 2019). Esto demuestra que lo que se necesita es una adopción mucho más rápida de la tecnología, como las energías renovables. Un movimiento de investigación paralelo, conocido como «poscrecimiento» o «decrecimiento», afirma que el mundo debe abandonar la idea de que las economías deben seguir creciendo, porque el propio crecimiento es perjudicial. Entre sus defensores se encuentra Kate Raworth, economista de la Universidad de Oxford (Reino Unido) y autora del libro titulado *Doughnut Economics* (Raworth, 2017), que ha inspirado su propio movimiento mundial.

Al fin y al cabo, los límites inspiraron tanto a la comunidad del llamado «crecimiento verde» como a la del «poscrecimiento», y ambas se vieron influidas de forma similar por el primer estudio sobre los límites planetarios.

La clave del debate también parece estar en la convicción de que el crecimiento económico basado en medidas como el PIB no retrata la realidad del progreso humano. Cabe recordar que, a efectos de contabilidad nacional, no sirve el índice de desarrollo humano de las Naciones Unidas (IDH).

Tanto los partidarios del «crecimiento verde» como los del «poscrecimiento» critican el PIB como indicador de progreso humano. Este índice compuesto utiliza el gasto de los consumidores, así como la inversión empresarial y gu-

bernamental, para obtener una cifra de la producción económica de un país. En este sentido, cabe recordar que el turismo es una de las mayores industrias globales. En concreto, con anterioridad a la pandemia sanitaria provocada por la covid-19, suponía la décima parte del PIB y del empleo del mundo. Y el problema, dicen los investigadores del «poscrecimiento», está en la disyuntiva de elegir entre dos políticas (una más ecológica que la otra), pues es probable que los gobiernos opten por la que sea más rápida en impulsar el crecimiento para apuntalar el PIB, y esa puede ser a menudo la opción que cause más impactos negativos en las otras aristas de la sostenibilidad, más allá de una macromagnitud económica. Cabe añadir que, si hablamos en esos términos económicos, existen estudios que demuestran que más de la mitad del PIB depende del excelente funcionamiento de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos y, aunque la importancia de la biodiversidad es fácil de comprender, no es tan fácil de medir. Se defiende que el valor de la biodiversidad no es lo mismo que su precio, aunque algunos lo han intentado y sus conclusiones resultan, cuando menos, sorprendentes. El Foro Económico Mundial estima que el valor de la biodiversidad supera los 40 billones de dólares, (aproximadamente el doble del PIB de Estados Unidos y más de la mitad del PIB mundial). Un estudio realizado por el Foro Económico Mundial en colaboración con PwC muestra que:

La cifra de 44 billones de dólares de valor económico [...] depende, en un grado entre moderado y alto, de la naturaleza y sus servicios y, por tanto, está expuesta a la pérdida de la naturaleza. (Rising, 2020)

El debate y la evidencia conllevan cambios. Y existe la oportunidad de que la próxima revisión de las normas de medición del PIB incorpore modificaciones. Estas normas serán acordadas por los jefes de estadística de los países y organizadas a través de la ONU, y deberán estar finalizadas en 2025. Por primera vez, los estadísticos se preguntan cómo se podrían alinear más estrechamente la sostenibilidad y el bienestar con el PIB. Y en este debate, tanto los defensores del «poscrecimiento» como los del «crecimiento verde» tienen perspectivas valiosas, que deberán defender en conjunto para no retrasar la acción.

Las sucesivas versiones de *Los límites del crecimiento* (1972, 1992, 2012), sostenían que el crecimiento exponencial es incompatible con el carácter limitado de los recursos del planeta. Hoy, de nuevo y más que nunca, ese «menos es más» se vuelve a adueñar del debate, pues solo limitando el crecimiento o, más bien, el modelo con el que se logra dicho crecimiento, se pueden evitar daños irreversibles. En contraposición, el pensamiento neoliberal radical propone un

«más para menos», defendiendo que haría falta más crecimiento para que el capitalismo y la tecnología salvaran el planeta. Recordemos que el incremento de temperatura de 1,5 °C que se estableció en la Cumbre de París era el máximo tolerable para este siglo. Cualquier escenario de igual o mayor crecimiento sobrepasará este umbral.

Destacables son también los grandes debates que estuvieron presentes en la 27 Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático de 2022 (COP 27), y que no derivan en compromisos reales e inapelables para determinados países clave, ya que no tienen la más mínima intención de disminuir sus beneficios y se limitan a un eficiente (a veces lamentable) *greenwashing*. Tampoco parece evidente que se pueda frenar el poder de la arista económica de la sostenibilidad. Siguen zarpando cruceros con miles de personas para dar la vuelta al mundo en cuatro meses, donde la «ética del crucero» impone que en aguas internacionales no se paga por contaminar.

En definitiva, la sostenibilidad es un paradigma recurrente en la agenda política de la mayoría de los gobiernos y organismos internacionales, así como en documentos de empresas turísticas, organizaciones no gubernamentales y, por supuesto, en la agenda de los investigadores. Pero hay resistencia a frenar el crecimiento, la estructura global es demasiado desigual. El capital no admite reducir sus rentas. Los políticos actúan con cortoplacismo y temor a sus opiniones públicas, y una parte importante de la población no parece estar dispuesta a disminuir su consumo o, al menos, su forma de consumir.

Si se centra el análisis en la actividad turística, debe recordarse que el turismo mundial alcanzó los 415 millones de viajeros en 2021, muy por debajo aún (un 72 % inferior) de los niveles prepandémicos. Los gobiernos de todo el mundo siguen estableciendo como objetivo prioritario volver a las cifras de 2019. Creer cuantitativamente.

No es de extrañar que la mayoría de los destinos quieran un trozo mayor de este rentable pastel y dispongan de estrategias para atraer más visitantes. El dinero de los contribuyentes se gasta en atraer visitantes y se hace hincapié en el volumen, en lugar del valor que cada visitante representa para la economía local (a menudo tan solo entre el 5 % y el 10 % del dinero que gastan los turistas se queda en los destinos que visitan) y el impacto que supone para el medioambiente.

Pero también han surgido voces (cada vez más) que plantean que el nuevo escenario que ha generado la pandemia nos obliga a abrir un paréntesis y reflexionar sobre la idoneidad del modelo de desarrollo turístico que había prima-

do hasta ahora en la mayor parte de los destinos. Estas voces invitan a transformar este sector en un motor de crecimiento responsable, justo, de calidad e inclusivo. El sector turístico y los gobiernos deben reconocer que centrarse exclusivamente en aumentar el número de turistas es un problema.

Además, en la medida en que el turismo es una actividad cuyo desarrollo depende de la existencia en el destino de recursos naturales y culturales, más allá de una cuestión de conciencia o de comportamiento ético, la sostenibilidad tiene un valor *per sé* como elemento de competitividad de un destino turístico. La bibliografía reciente sigue manteniendo que la sostenibilidad es un factor clave para el futuro de cualquier destino, pues garantiza un nuevo escenario — no sustentado sobre los parámetros habituales de crecimiento cuantitativo de la demanda turística— que asegura la preservación del medioambiente y la cultura local, que garantiza la participación de la población, tanto en el proceso de desarrollo como en la apropiación de beneficios, y que favorece una oferta turística de calidad, condiciones indispensables para mantener la competitividad.

Con todo, los expertos coinciden en que estamos aún lejos de alcanzar el momento en que los cambios que exige la sostenibilidad puedan ser implementados, sobre todo si se mantiene el actual modelo de desarrollo. En consecuencia, las principales causas de la insostenibilidad siguen, a pesar de que algunos de sus síntomas hayan sido tratados.

Una cuestión importante a incluir es que la Organización de Naciones Unidas (ONU) impulsó en 2015 la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, en la que se incluyen los llamados Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo fin general es erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas del mundo sin distinción gocen de paz y prosperidad. En definitiva, conseguir un futuro sostenible para todos. Muchos de los ODS no pueden conseguirse sin la preservación o la restauración de la biodiversidad, incluidos los objetivos climáticos, que ya han conseguido atraer la atención del mundo. En esta labor, la Organización Mundial del Turismo (OMT) mantiene que el turismo sostenible puede contribuir, directa o indirectamente, al cumplimiento de todos los ODS. Y concretamente, el turismo aparece en las metas de los Objetivos 8, 12 y 14, que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

Es fundamental que cualquier destino turístico construya su política turística teniendo en cuenta los principios de la Agenda 2030 y alineando sus estrate-

gias con los ODS, potenciando un turismo responsable, que respete el medio natural, cultural y social, y promueva el desarrollo sostenible de los territorios. Pero, para eso, hace falta planificar y actuar con firmeza, compromiso y visión no cortoplacista. Todo un reto.

Otro gran problema mundial, cada vez más evidente es el cambio climático. El cambio climático debe ser considerado como el mayor desafío para el desarrollo sostenible y el turismo en el siglo XXI. En este escenario, el turismo puede desempeñar un papel significativo en la lucha contra el cambio climático, debiendo mostrar liderazgo como un agente de cambio para la mitigación y la adaptación.

Los principales destinos turísticos mundiales tienen mucho que perder y que ganar en este nuevo escenario. Todo dependerá de su capacidad para asumir desde el principio el liderazgo institucional y empresarial en compromisos concretos, claros y taxativos. La realidad muestra, sin embargo, que la mayoría de estos destinos han avanzado poco hasta ahora en estas cuestiones y que aún queda un largo camino por recorrer en este sentido.

Aunque se ha asumido que la sostenibilidad es un paradigma fundamental en los procesos de planificación y gestión de los destinos turísticos, ha pasado ya un cuarto de siglo de investigación y debate sobre el desarrollo sostenible y la relación de este con el turismo y, a pesar de tratarse de un concepto socialmente muy propalado y aceptado a nivel mundial, genera intensa controversia en el ámbito científico. Y, lo que es aún más preocupante es que haya una convicción generalizada acerca de los escasos avances reales que se han producido respecto a la incorporación de la sostenibilidad en los procesos de desarrollo turístico. Los argumentos que se han utilizado para explicar esta situación son muchos y muy variados, incluso, en algunos casos, variopintos y sin consistencia científica. No obstante, cabría resumirlos en cuatro grandes grupos: 1) confusión terminológica (incluso, a veces, conceptual) que conduce, a su vez, a un desconcierto operativo; 2) la sostenibilidad es imposible de alcanzar, es una utopía; 3) las medidas necesarias para avanzar en materia de sostenibilidad requieren una inversión tal que, al menos en el corto plazo, condicionan la rentabilidad de quienes las adoptan. Y, en consecuencia, no se adoptan. 4) el consumidor es poco exigente en estas cuestiones, las valora poco y, menos aún, está dispuesto a pagar por ellas.

En contraposición, las razones por las que se entiende que es fundamental la consideración de la sostenibilidad como elemento clave del desarrollo turístico

son contundentes y validadas científicamente. *Grosso modo*, se pueden resumir en que la sostenibilidad es clave para: la competitividad turística; la consolidación del turismo como estrategia de desarrollo endógeno; la reducción de costes en la industria turística; dar respuesta a la masificación de los flujos turísticos; la gestión adaptativa de destinos turísticos; la reformulación de la imagen del destino; la consecución de un nuevo turista prosostenible; la garantía de una cultura de convivencia en los destinos turísticos, entre otras (Pulido y Pulido, 2015).

A pesar de los años transcurridos, de las investigaciones realizadas y del compromiso que, al menos sobre el papel, muestran los gobiernos y organismos nacionales e internacionales, los avances reales en materia de sostenibilidad del turismo son, considerando el impacto mundial de esta industria globalizada, insuficientes. Ello ha llevado a plantear, incluso, que se trata de una búsqueda utópica y que carece de sentido seguir teniendo como horizonte conseguir avances en materia de sostenibilidad. No obstante, pese a este planteamiento, sigue siendo generalizado el compromiso por la generación de mecanismos que contribuyan al cambio necesario en el modelo turístico dominante.

Pero, generar avances en materia de sostenibilidad exige transformar los actuales modelos de producción y consumo turístico. No basta con introducir cambios más o menos acertados en el modelo actual (como se ha hecho hasta ahora), sino que es necesario cambiar de modelo. Y ello requiere de un consenso y un grado de compromiso que, a día de hoy, parecen no existir ni por parte de los principales agentes que conforman la oferta, ni por la propia demanda, ni tampoco por la mayoría de los gobiernos, que siguen planteando su éxito turístico en clave de crecimiento de flujos de visitantes, en vez de en clave de mejora de la calidad de vida de la población local y de la experiencia de los turistas, que deberían ser los dos objetivos últimos de cualquier destino turístico.

Urge, por tanto, desarrollar nuevos modelos, serios y creíbles, que tengan en cuenta el capital natural y social de los territorios y que den lugar a procesos de desarrollo turístico sostenibles, más allá del mero discurso retórico o eslogan propagandístico.

En este contexto, frente al *largoplacismo* de las políticas de sostenibilidad, como consecuencia de que sus resultados no son inmediatos —lo que complica la toma de decisiones en el día a día por parte de la mayoría de los actores turísticos— quizás haya que comenzar por plantearse algunos retos más a corto plazo, vinculados con los planteamientos de la economía circular, como herramienta para avanzar en materia de sostenibilidad. Se trata de sustituir la

economía lineal, basada en un consumo cada vez mayor (extraer, producir, consumir y tirar) por otra circular, centrada en la reutilización de los recursos presentes en los residuos.

La economía circular está siendo objeto de una creciente atención en los últimos años entre los responsables de la formulación de políticas, los principales actores turísticos y el personal directivo, convirtiéndose en una prioridad en las políticas nacionales en un número creciente de países.

Sea como fuere, la sostenibilidad vuelve a estar, de nuevo, en el centro del debate sobre el modelo de desarrollo turístico imperante. Cada vez se hace más evidente que el modelo tradicional, basado en la externalización de costes sociales y ambientales, es imposible de mantener en el largo plazo y que es necesario, por tanto, incorporar nuevos elementos en el proceso de desarrollo turístico. La sostenibilidad va a ser un elemento clave en este proceso de cambio.

## Referencias bibliográficas

Bardi, U. (2021). *Los límites del crecimiento retomados*. Los Libros de la Catarata.

Lenton, T. M., Rockström, J., Gaffney, O., Rahmstorf, S., Richardson, K., Steffen, W., & Schellnhuber, H. J. (2019). Climate tipping points-too risky to bet against. *Nature*, 575(7784), 592-595.

Meadows-Donella H., Meadows-Dennis L., Randers, J., & Behrens-III-William W. (1972). *The Limits to Growth; A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books.

ONU. (1987). *Nuestro futuro común*. Alianza.

Pulido, J. I. y Pulido M. C. (2015). ¿Siguió vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1315-1335.

Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist*. Chelsea Green Publishing.

Rising, W. N. R. (2020). *Why the Crisis Engulfing Nature Matters for Business and the Economy*. World Economic Forum.

## CAPÍTULO 2

# Decrecimiento justo vs. decrecimiento *fake*

---

**Asunción Blanco-Romero**

*Profesora Titular de Universidad  
Departamento de Geografía  
Universitat Autònoma de Barcelona*

**Macià Blázquez-Salom**

*Catedrático de Universidad  
Departamento de Geografía  
Universitat de les Illes Balears*

**Robert Fletcher**

*Profesor Titular de Universidad  
Wageningen University and Research*

*«No existe una idea buena y moral que el capital no pueda apropiarse y convertir en algo horrendo».  
David Harvey (20/11/2021)*

### 1. Introducción

Los destinos turísticos de masas padecen la intensificación del negocio en detrimento de las condiciones laborales, el acceso a la vivienda, el disfrute colectivo de los bienes públicos o la calidad, entre otros muchos inconvenientes del denominado *overtourism*. Esta manifestación del desarrollo geográfico desigual muestra así algunos síntomas de la policrisis, ya sea climática, energética o de desigualdad social. Este derroche suntuario de energía y materiales por parte de la industria turística contribuye a la insostenibilidad ecológica y a la desigualdad social que se propone combatir mediante los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la Agenda 2030. El propio secretario general de las Naciones Unidas señaló que la recuperación de la crisis de la covid-19 (y sus consecuencias) debía conducir a una economía diferente (Objetivo 8) considerando el turismo como «una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad...» (Objetivo 10) (Guterres, 2020). A

pesar de todo, las propuestas consignadas en la Agenda 2030 para el turismo siguen basándose principalmente en el crecimiento económico, el desarrollo de infraestructuras y la atracción de inversiones extranjeras (Objetivo 9) (OMT, 2015).

Queda así demostrado que la aplicación de los ODS en forma de propuestas de reacción a la masificación turística es muy diversa, llegando a ser contradictorias o incluso contraproducentes. Así sucede que se abraza el fin del turismo barato para reducir los flujos, restringiéndolo al mal llamado «turismo de calidad» cuando en realidad se está apuntando a las clases sociales más poderosas y adineradas. Pero igual que la recesión no es decrecimiento (Hickel, 2021), tampoco se le puede llamar decrecimiento a la elitización, porque no aborda esta extralimitación ecosocial con medidas en pro de la justicia social y ambiental. Cabría más bien llamarlo «decrecimiento *fake*», porque agrava las crisis ecosociales, enmascarando la consolidación de lógicas de crecimiento y acumulación por desposesión. Contrariamente, el decrecimiento justo se define por la disminución del caudal de energía y materiales per cápita, de forma planificada y democrática, para contribuir a la redistribución equitativa. Esta contribución pretende aportar rigor académico al análisis de las contradicciones presentes en el trasfondo de los discursos sociales en torno al decrecimiento.

## 2. Tergiversación del decrecimiento

La primera referencia del uso del término decrecimiento (Gorz, 1972) aparece en el contexto del debate generado por el informe *Los límites del crecimiento* (Meadows et al., 1972), desde un punto de vista biofísico. Georgescu-Roegen (1971) planteó que el proceso económico no podía excluirse de la limitación termodinámica que rige para el resto de la naturaleza. Su diagnóstico concluye que la actividad económica no puede crecer indefinidamente y tendrá que decrecer a una escala sostenible a la ratio de flujo de energía solar y a la circularidad de los materiales. A inicios de los años 2000, Serge Latouche abordaba el decrecimiento definiéndolo como «una necesidad» de la sociedad del posdesarrollo (Latouche, 2003: 3) para conseguir el progreso, la prosperidad y el desarrollo social sin los inconvenientes del pretendido crecimiento infinito (Latouche, 2007) y conseguir superar las contradicciones de los procesos de acumulación ilimitada capitalista. La crisis sistémica de 2008 reactivó el debate académico y social sobre el decrecimiento (Schneider et al., 2010), con la proliferación de una multitud de nuevas publicaciones y conferencias internacionales (D'Alisa et al., 2015; Kallis et al., 2020; Hickel, 2020).

La controversia que aquí proponemos abordar se refiere a cuando el traslado a la esfera coloquial del término decrecimiento aplicado a destinos turísticos de masas difiere sobremanera de lo planteado por la formulación teórica y práctica del pensamiento ecosocialista. En un vuelco retórico perverso, se tergiversa su sentido para asimilarlo a elitizar y restringir el turismo en función de la capacidad adquisitiva de la demanda. Reducir el flujo turístico encareciendo el producto no es decrecimiento, es segregar por razón de clase social y de poder adquisitivo. Preferir al inversor especulador y al turista de lujo va en contra de las propuestas del programa bioeconómico de mínimos que elaboró Georgescu-Roegen (1976), en tanto que profundiza en el modo de vida extravagante que hace un consumo excesivo per cápita de energía y materiales. Más aún si tenemos en cuenta los desarrollos posteriores de la teoría del decrecimiento (Kallis, 2018), que lo vinculan a su contribución a la mejora igualitaria del bienestar social y ecológico y a los límites (Kallis, 2021).

### 3. Decrecimiento justo aplicado al turismo

Frente a las geografías del capital, el decrecimiento se plantea como un proyecto político anticapitalista, puesto que el decrecimiento es un «teorema imposible» dentro del capitalismo, ya que requiere del crecimiento continuo para su supervivencia (Foster, 2011). El rechazo a la ilusión del crecimiento ilimitado exige una reducción planificada del caudal (*throughput*) de energía y recursos que lleve a la economía a un nuevo equilibrio en el seno de la naturaleza, que reduzca la desigualdad y mejore el bienestar humano (Kallis, 2018; Latouche, 2009). Hickel clarifica que con el decrecimiento no se trata de reducir el PIB, sino más bien de reducir el procesamiento de materiales y energía, para lo cual, «el decrecimiento plantea la inversión de los procesos que subyacen al crecimiento: exige la desacumulación, la desmercantilización y la descolonización» (Hickel, 2021: 1107), facilitar la posibilidad de «prosperidad sin crecimiento» (Foster, 2011), o lo que Latouche dio en llamar una «sociedad de abundancia frugal» (Latouche, 2011).

El decrecimiento propone así descolonizar el tiempo de ocio de su apropiación y mercantilización por parte del capitalismo, convirtiéndolo en tiempo para la vida: la soledad, el aburrimiento y el pensar; la democracia; los encuentros y las relaciones; el juego, la fiesta y todas las demás actividades autotélicas; sentirnos vivos gozando de la naturaleza y de la poesía; la autoproducción, la artesanía y el bricolaje; la belleza y la sabiduría; o la rebelión y la disidencia (Puche, 2010). La sobriedad individual permite centrarse en los cuidados, la

reproducción social y las relaciones (Herrero, 2021; Aragón, 2022), participando en la *dépende* social determinada democráticamente (D'Alisa et al., 2015). Este ocio en la esfera pública forma parte de la mejora del bienestar en la visión del decrecimiento y podemos comprender en él formas de turismo. Uno de los principios definitorios del decrecimiento es compartir los comunes, que es uno de los elementos que componen la propuesta de la conservación convivencial. Esta aproximación poscapitalista a la justicia socioambiental propone superar la dicotomía humanidad-naturaleza, promoviendo que dicha vinculación sea más democrática, local, mundana, cotidiana, prolongada, comprometida y contextualizada (Büscher y Fletcher, 2020). La noción de los comunes se puede concretar en relación con el ocio, por ejemplo, en el disfrute del espacio al aire libre, garantizado a todo el mundo, independientemente de su poder adquisitivo (Kallis, 2018).

El decrecimiento turístico ha sido reivindicado por parte de la población que habita las ciudades de moda para el turismo de escapadas urbanas. Los residentes han alzado su voz de alarma al sentirse desplazados por la mercantilización turística de su entorno cotidiano, que tiene su vertiente de bienes comunes: la vivienda, la vía pública, los muelles, las plazas, los locales comerciales, etc., pero también de la cultura, la vida cotidiana, la experiencia urbana, entre otras partes del día a día. A este respecto, el decrecimiento turístico propone (ver Cuadro 1 de síntesis) la desmercantilización como una demanda de resistencia social. Pero a esta denuncia se le añade el diagnóstico previo de la desigualdad y la polarización socioespacial asociadas al turismo internacional y extractivista de la clase consumista del Norte global; por ejemplo, entre las dos riberas de la cuenca mediterránea o entre el interior peninsular, sus archipiélagos y la costa levantina (Blanco-Romero, 2019). Esta transnacionalización del turismo de masas de la mano de corporaciones multinacionales conlleva abusos sociales, laborales, ambientales y fraude fiscal (Artigues y Blázquez-Salom, 2019), que el decrecimiento propone abordar mediante inspección, supervisión y regulación pública. Mientras que, por un lado, el turismo internacional se asocia a la transmisión de patógenos —como la covid-19— por su inherente hipermovilidad, y al agravamiento de la emergencia climática por su dependencia del consumo de combustibles fósiles, por otro lado, el decrecimiento turístico se plantea también mediante la promoción de la proximidad (Cañada e Izcara, 2021), a través de la contracción y la convergencia planificada, consensuada y redistributiva

del consumo de materiales y energía (Fletcher et al., 2019) mediante regulación pública (Fletcher et al., 2021) y autolimitación (Kallis, 2021).

**Cuadro 1.** Síntesis dicotómica entre el decrecimiento *fake* versus el decrecimiento justo del turismo y del ocio

Decrecimiento <i>fake</i> – Turismo elitista o de lujo	Decrecimiento justo – Ocio en la esfera pública (dépense)
Mercantiliza	Desmercantiliza
Disfrute exclusivo	Disfrute común
Prioridad individualista	Vinculación convivencial (mundano, prolongado, contextualizado...)
Bienestar privado	Bienestar colectivo (afectos, cuidados...)
Control elitista	Planificación democrática
Plantea resolver sus impactos (e. g. saturación), planteados como externalidades de un sistema económico pretendidamente autónomo, mediante mecanismos de mercado e innovación tecnológica	Politiza las alternativas a las contradicciones mediante regulación y autogestión

Fuente: *Elaboración propia*

## 4. Conclusiones

La necesidad de abordar la transformación social del turismo se concreta en propuestas a corto plazo, ya desarrolladas extensamente en movimientos sociales y en la bibliografía académica (Hickel, 2020; Liegey y Nelson, 2020; Agrawal, 2003; Blázquez-Salom et al., en prensa): mejora de las condiciones laborales, renta básica universal, transición ecológica para revertir las crisis sociales y ambientales, apropiación colectiva de la plusvalía combatiendo la acumulación por desposesión, expansión de los servicios públicos o repolitización y autoorganización colectiva. Pero para construir escenarios alternativos, debemos preguntarnos también cómo incrementar el tiempo libre enriqueciendo el ocio, explorando «espacios de esperanza» poscapitalistas y el papel del turismo en esta utopía transformadora.

## Referencias bibliográficas

Agrawal, A. (2003). Sustainable governance & common-pool resources: context, methods and politics. *Annual Review of Anthropology*, 32, 243-262.

Aragón, V. (2022). *Ecofeminismo y decrecimiento*. Los Libros de la Catarata.

Artigues, A. A. y Blázquez-Salom, M. (2019). Empresas multinacionales turísticas. En E. Cañada y I. Murray (eds.), *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*, (pp. 199-224). Icaria.

Blanco-Romero, A. (2019). Decrecimiento turístico. En E. Cañada (ed.), *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo*, (pp. 64-70). Alba Sud.

Blázquez-Salom, M., Murray, I., Fletcher, R., Sekulova, F., Blanco-Romero, A. y Cañada, E. (en prensa) *Tourism and Degrowth: Beyond the capitalist growth imperative*. En J. Wilson y D. Müller (eds.), *New Routledge Handbook of Tourism Geographies*. Routledge.

Büscher, B. y Fletcher, R. (2020). *The Conservation Revolution: Radical Ideas for Saving Nature Beyond the Anthropocene*. Verso.

D'Alisa, G., Demaria, F. y Kallis, G. (eds.). (2015). *Degrowth: A vocabulary for a new era*. Routledge.

Denvir, D. (20 de noviembre de 2021). Daniel Denvir (Jacobin) entrevista a David Harvey: «No existe una idea buena y moral que el capital no pueda apropiarse y convertir en algo horrendo». *CTXT*.  
<https://ctxt.es/es/20211101/Politica/37891/David-Harvey-marxismo-capital-crisis-climatica-migraciones.htm>

Fletcher, R., Murray, I., Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M. (2019). Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763.

Fletcher, R., Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Cañada, E., Murray, I., Sekulova, F. (2021). Pathways to Post-capitalist Tourism. *Tourism Geographies*.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1965202>

Foster, J. B., Clark, B. y York, R. (2010). The ecological rift. Capitalism's war on the Earth. *Monthly Review Press*.

Georgescu-Roegen, N. (1971). *The entropy law and the economic process*. Harvard University Press.

Georgescu-Roegen, N. (1976). *Energy and Economic Myths. Institutional and Analytical Essays*. Pergamon Press.

Gorz, A. (1972). Proceedings from a public debate organized in Paris by the Club du Nouvel Observateur. *Nouvel Observateur*, 397.

Guterres, A. (2020). The recovery from the COVID-19 crisis must lead to a different economy en *United Nations, Shared responsibility, global solidarity: Responding to the socio-economic impacts of COVID-19*.  
<https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/launch-report-socio-economic-impacts-covid-19>

Herrero, Y. (2021). *Los cinco elementos. Una cartilla de alfabetización ecológica*. Arcadia.

Hickel, J. (2020). *Less Is More: How Degrowth Will Save the World*. Windmill.

Hickel, J. (2021). What does degrowth mean? A few points of clarification. *Globalizations*. 18(7), 1105-1111.  
<https://doi.org/10.1080/14747731.2020.1812222>

Kallis, G. (2018). *Degrowth*. Newcastle upon Tyne, Agenda Publishing.

Kallis, G. (2021). *Límites. Ecología y libertad*. Arcadia Ediciones.

- Kallis, G., Paulson, S., D'Alisa, G., Demaria, F. (2020). *The case for degrowth*. Polity Press.
- Latouche, S. (2003). Por una sociedad del decrecimiento. *Le Monde Diplomatique*, (97).
- Latouche, S. (2007). *Petit traité de la décroissance sereine*. Mille et Une Nuits.
- Latouche, S. (2009). *Farewell to growth*. Polity Press.
- Latouche, S. (2011). *Vers une société d'abondance frugale. Contresens et controverses sur la décroissance*. Fayard y Mille et une nuits.
- Liegey, V. y Nelson, A. (2020). *Exploring degrowth: a critical guide*. Pluto Press.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J. y Behrens III, W. W. (1972). *The limits to growth: A report to the club of Rome*. Universe Books.
- OMT. (2015). *El turismo en la agenda 2030*.  
<https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- Puche, P. (2010). Decrecimiento y ocio. Decrecimiento y tiempo para la vida. En C. Taibo (dir.), *Decrecimientos. Sobre lo que hay que cambiar en la vida cotidiana*, (pp. 183-197). Los libros de la catarata.
- Schneider, F., Kallis, G. y Martinez-Alier, J. (2010). Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 18(6), 511-518.

# La Agenda 2030 en la planificación y gestión de los destinos turísticos sostenibles. ¿Cómo evitar las prácticas de «lavado de cara»?

---

**David Padrón Marrero**

*Profesor Contratado Doctor de Economía Aplicada  
Universidad de La Laguna*

*Director General de Investigación y Coordinación del Desarrollo Sostenible  
Gobierno de Canarias*

## 1. Introducción. La sostenibilidad en el ámbito específico de la actividad turística

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible es aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, del sector, del entorno y de las comunidades locales (UNEP y UNWTO, 2005).

Dejando a un lado el debate acerca de la idoneidad del orden de prelación escogido por la OMT<sup>1</sup>, de esta definición interesa llamar la atención sobre tres cuestiones:

- La consideración explícita de las tres esferas críticas del desarrollo sostenible: la económica, la social y la ambiental<sup>2</sup>.
- La referencia explícita tanto a las generaciones presentes como a las futuras.
- El mandato de conciliar los intereses de los visitantes y del sector, con los de las comunidades locales y el entorno.

Pero igual de oportuno resulta subrayar lo que no dice esta definición, enfatizar que la OMT no circunscribe la sostenibilidad a unas pocas modalidades de turis-

---

1 No sería descartable que para algunas personas el orden de necesidades debería ser el contrario, situando en primer lugar a las comunidades locales y el entorno.

2 En contra de la creencia más extendida, el desarrollo sostenible no apela solo al respeto al medioambiente natural, a los recursos y equilibrios naturales. El desarrollo sostenible implica contemplar simultáneamente las esferas ambiental, social y económica.

mo. Tal y como señaló su secretario general, «la sostenibilidad no debe ser ya un nicho del turismo, sino que debe ser la nueva norma en todos y cada uno de los segmentos del sector»<sup>3</sup>. En los mismos términos se ha pronunciado la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2020a), al afirmar que el turismo sostenible no debe considerarse una forma especial de turismo, sino que todas las formas de turismo deben esforzarse por ser sostenibles.

Para orientarnos en la consecución de este objetivo contamos con el documento *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* (Resolución A/RES/70/1, de 25 de septiembre de 2015, de la ONU), más conocido como Agenda 2030. Con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas globales, esta Agenda se presenta como un plan de acción consensuado a nivel internacional en favor de las personas, el planeta y la prosperidad, teniendo también por objeto fortalecer la paz universal dentro de un concepto más amplio de la libertad.

La profusión en el uso, no siempre correcto, de conceptos como *sostenibilidad* y *desarrollo sostenible*, y las reiteradas referencias a la Agenda 2030 han terminado por desvirtuar su espíritu y alcance, encontrándonos en no pocos casos con meros ejercicios de «lavado de cara» (*SDG-washing*)<sup>4</sup>. Por esta razón, este capítulo se centrará en aclarar lo que significa realmente trabajar bajo el paraguas de la Agenda 2030. La aproximación a la respuesta a esta cuestión será —fundamental, aunque no exclusivamente— desde la perspectiva de los equipos y organizaciones responsables de localizar la Agenda 2030 en la realidad concreta de sus territorios y de diseñar los correspondientes planes de acción en pro de los ODS y sus metas.

## 2. Principios y facilitadores de la Agenda 2030

La Agenda 2030 se articula en torno a cinco grandes esferas de importancia crítica para la humanidad y el planeta, que aluden a la multidimensionalidad de los retos a afrontar. Las tres primeras, de carácter finalista, coinciden con las dimensiones del desarrollo sostenible: Personas (la dimensión social de la sostenibilidad, normalmente, asociada a los ODS del 1 al 5), Planeta (dimensión ambiental, a la que se vinculan de manera más directa los ODS 6, 12, 13, 14 y 15) y Prosperidad (dimensión económica, identificada frecuentemente los ODS del 7 al 11).

3 Palabras pronunciadas por Zurab Pololikashvili, secretario general de la OMT, el 5 de junio de 2020, con motivo del Día Internacional del Medioambiente.

4 Para un estudio reciente sobre este tipo de prácticas a nivel de organizaciones empresariales, véase el artículo de Iñaki Heras, Laida Urbieto y Olivier Boiral (2022), *Organisations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing?*, publicado en la revista *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29, 316-328.

Las otras dos dimensiones, que se corresponden con los ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) y 17 (*Partnerships* o alianzas multiactor), actúan como facilitadores del desarrollo sostenible. Si estas dos dimensiones transversales son atendidas correctamente, facilitarán la consecución de las dimensiones finalistas (y de los restantes ODS). Pero si se descuidan o se atienden de manera inadecuada, actuarán a modo de obstáculo, frenando la transición hacia la sostenibilidad.

La Agenda 2030 defiende un desarrollo que considera explícitamente la existencia de límites planetarios y tecnológicos para soportar la actividad humana y sus impactos; la urgencia de replantear las actuales estrategias de desarrollo y adoptar marcos temporales de largo plazo; la necesidad de trabajar con enfoques multidimensionales, multiactor y multinivel; y el imperativo de concebir la sostenibilidad como un proceso de cambio consensuado, de construcción política y social, y adaptado a las especificidades de cada territorio.

Estas consideraciones no acostumbran a ser tenidas en cuenta en los discursos sobre desarrollo sostenible y Agenda 2030, menos aún en muchos planes de acción que supuestamente buscan alinearse con aquella. El olvido, intencionado o no, de lo que significa realmente el desarrollo sostenible y, sobre todo, de los principios y facilitadores de la Agenda 2030 de la ONU explican, al menos en parte, estas distorsiones.

**Figura 1.** Principios y facilitadores de la Agenda 2030. Una visión más allá de los ODS



Fuente: Elaboración propia

Tal y como se muestra en la Figura 1, cuatro son los principios centrales sobre los que se cimenta la Agenda 2030: (1) no dejar a nadie atrás<sup>5</sup>, (2) derechos humanos, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres<sup>6</sup>, (3) sostenibilidad y resiliencia, y (4) rendición de cuentas y transparencia.

Lo que no muestra la figura es que es posible identificar al menos otros cuatro principios: (5) universalidad<sup>7</sup>, (6) interconexión e indivisibilidad<sup>8</sup>, (7) inclusión<sup>9</sup>, y (8) cooperación entre múltiples partes<sup>10</sup>.

Junto a los principios antes mencionados, otros grandes desconocidos acostumbra a ser los distintos elementos facilitadores que, de manera más o menos explícita, ha apuntado Naciones Unidas de cara al cumplimiento de los objetivos y metas de la Agenda 2030. En la Figura 1, y a modo de puente de conexión entre los principios centrales y los ODS, se mencionan algunos de ellos: (1) desarrollo de capacidades, (2) gestión basada en resultados, (3) programación basada en riesgos, (4) coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible, (5) alianzas (*partnerships*), y (6) los vínculos entre el desarrollo, la ayuda humanitaria y la consolidación de la paz.

### 3. Lo que significa trabajar bajo el paraguas de la Agenda 2030

La respuesta a la pregunta que motiva la redacción del presente capítulo la articularemos en torno a ocho ideas fuerza que consideramos esenciales, todas ellas fundamentadas en los principios y facilitadores de la Agenda 2030. Por el contrario, procuraremos minimizar las referencias a los ODS, al entender que ha sido la fijación en los objetivos y metas sin considerar los principios

---

5 Convertido en uno de los lemas más conocidos de la Agenda 2030, este principio central refleja el compromiso adquirido por todos los Estados miembros de Naciones Unidas de erradicar la pobreza en todas sus formas, poner fin a la discriminación y la exclusión, y reducir las desigualdades.

6 La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU se inspira en el Derecho Internacional de los Derechos Humanos y considera como una de las finalidades explícitas de sus 17 ODS «hacer realidad los derechos humanos de todas las personas y alcanzar la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas».

7 La Agenda 2030 tiene un alcance universal y nos emplaza a todos los territorios y agentes sin excepción, tanto a nivel individual como colectivo, a contribuir al logro de los ODS, a transformar nuestro mundo.

8 Los retos que enfrenta la humanidad, y a los que trata de dar respuesta la Agenda 2030, están interconectados. Por eso, Naciones Unidas nos recuerda la naturaleza interconectada e indivisible de sus 17 ODS. La Agenda 2030 debe afrontarse en su totalidad, en lugar de enfocarla como una lista de objetivos individuales y desconectados entre los que se puede elegir.

9 Naciones Unidas nos emplaza a garantizar la participación de todos los segmentos de la sociedad, independientemente de su raza, género, grupo étnico e identidad, y hacerlos partícipes de los procesos de diseño, implantación, dinamización y seguimiento.

10 La magnitud y complejidad del reto del desarrollo sostenible, que supera con creces la capacidad de cualquier actor territorial, justifica el llamamiento de Naciones Unidas a la promoción y consolidación de alianzas multiactor para la movilización y el intercambio de conocimientos, experiencias, tecnología y recursos financieros en pro de la consecución de los ODS.

fundamentales que los cimentan lo que ha ocasionado una aplicación miope de la Agenda 2030 que limita, cuando no anula, su poder transformador. Una tergiversación que, en última instancia, está siendo utilizada para justificar el inmovilismo, el «más de lo mismo». En este sentido, llama poderosamente la atención la manera en que se está utilizando la paleta de colores de los ODS para afianzar, en no pocos casos, acciones que, en última instancia, han gestado el complejo mosaico de riesgos globales y planetarios que enfrenta actualmente el conjunto de la humanidad.

### 3.1. Planificación estratégica (territorial) para el desarrollo sostenible

La Agenda 2030 no solo constituye una guía o herramienta que facilita integrar las tres esferas críticas de la sostenibilidad en los ejercicios de planificación, sino que, además, insta a hacerlo a través del impulso de sistemas de gestión basada en resultados. Y los resultados a alcanzar —nos recuerda Naciones Unidas— deben ser los ODS y las metas, sin perder de vista el carácter integrado, no divisible, de la Agenda 2030.

Por tanto, la localización<sup>11</sup> en los territorios de la Agenda 2030 de la ONU constituye una doble oportunidad para todas las organizaciones, pero especialmente para las públicas. Por un lado, les brinda la posibilidad de transformarse en organizaciones con propósito, siempre que permitan que los principios, objetivos y metas de la Agenda 2030 se filtren en todas las políticas y áreas de actuación, y muy especialmente en las decisiones estratégicas de futuro. Por otro lado, les facilita transitar hacia una verdadera cultura de la planificación estratégica, lo que en el ámbito de la Administración pública y de la acción de gobierno supone un cambio sustancial en la forma en que tradicionalmente se ha venido diseñando e implementando la agenda de acción política.

Los procesos de localización de la Agenda 2030 y de planificación estratégica territorial guardan grandes paralelismos. La localización no solo se refiere a las vías de acción *bottom-up* a través de las que los gobiernos regionales y locales pueden contribuir al logro de los ODS, sino que, tal y como acaba de apuntarse, también contempla cómo los principios, objetivos y metas de la Agenda 2030 proporcionan un marco para los ejercicios de planificación, para el diseño y despliegue de las políticas de desarrollo regional y local. Tal y como concluyó la

---

11 Según el informe *Roadmap for localizing the SDGs: implementation and monitoring at subnational level*, publicado por Global Taskforce, PNUD y ONU Habitat en el año 2016, la localización de la Agenda 2030 consiste en el proceso que tiene en cuenta los contextos subnacionales en el logro de aquella, desde el establecimiento de los objetivos y las metas, hasta la determinación de los medios de implementación y el uso de indicadores para medir y evaluar los logros.

## OCDE (2020b) en su informe *A Territorial Approach to the Sustainable Development Goals*:

Ciudades y regiones deben aprovechar todo el potencial de los ODS como herramienta de política para mejorar la vida de las personas en una responsabilidad compartida entre los diferentes niveles de gobierno. Los ODS proporcionan un vehículo para implementar el Nuevo Paradigma de Desarrollo Regional de la OCDE y promover un enfoque holístico, multisectorial, ascendente, participativo y basado en el lugar para el desarrollo territorial. (p. 19)

Los ODS representan un marco integral para promover sinergias y gestionar las compensaciones entre las políticas sectoriales de manera integrada, para involucrar a todos los actores en el proceso de formulación de políticas, tanto internamente desde las administraciones locales, regionales o nacionales como desde la esfera no gubernamental. También proporcionan un marco para evaluar el progreso y establecer objetivos más ambiciosos, así como para la rendición de cuentas frente a la población local. (p. 212)

### 3.2. Proyectos de desarrollo (sostenible)

Ahondando en la conexión entre los ejercicios de localización y planificación estratégica territorial, conviene recordar que los ODS son una guía inmejorable para reorientar nuestros proyectos<sup>12</sup>, para darles un mayor alcance. A través de ellos podemos pasar de diseñar simples proyectos, normalmente centrados en el impacto y beneficio económicos, a poner en marcha proyectos de desarrollo sostenible, que buscan también el mayor impacto o retorno social e integran las tres esferas críticas de la sostenibilidad.

En este sentido, el diseño de proyectos estratégicos bajo el paraguas de la Agenda 2030 implica que los equipos responsables se planteen las siguientes preguntas clave:

- ¿A qué dimensiones y ODS de la Agenda 2030 contribuye nuestro proyecto de manera clara, casi natural?
- ¿Podríamos, a través de pequeñas acciones, de pequeños cambios en nuestro proyecto, ampliar su impacto positivo? ¿Podemos amplificar su impacto y contribuir positivamente sobre otras dimensiones y ODS no contemplados inicialmente?

---

12 Para los menos familiarizados con los procesos de planificación estratégica y los sistemas de gestión basada en resultados, al menos hay que señalar que un proyecto es la unidad mínima que puede ser planificada de modo independiente y ejecutada de forma autónoma. Un proyecto ordena un conjunto de actividades que, combinando recursos humanos, materiales, financieros y técnicos, se orientan a la consecución de un determinado objetivo o resultado en un tiempo acotado.

- Nuestro proyecto, ¿podría estar impactando negativamente sobre algunas de las dimensiones y ODS de la Agenda 2030? En ese caso, ¿podemos evitarlo, minimizarlo y/o compensarlo?

En definitiva, trabajar bajo el paraguas de la Agenda 2030, de sus principios y objetivos, no consiste en seguir haciendo lo mismo de siempre de la misma forma que de costumbre, y pasarle por encima la paleta de colores de los ODS. La Agenda 2030 es una guía o herramienta que nos permite, si realmente hay voluntad de cambio, maximizar los impactos positivos económicos, sociales y ambientales de nuestras estrategias, planes de acción y proyectos, e identificar sus impactos negativos para intentar evitarlos, mitigarlos y/o compensarlos.

### **3.3. Alianzas multiactor y liderazgos compartidos**

Resulta difícil sobrevalorar la importancia de las alianzas multiagente, incluidas las de naturaleza público-privada, a la hora de promover procesos de desarrollo, especialmente cuando estos suponen tener que romper con los movimientos inerciales del pasado y apostar por la sostenibilidad integral que propone la Agenda 2030. Por este motivo, la ONU las incluyó entre sus principios centrales y elementos facilitadores, y le dedicó uno de los ODS transversales: el 17.

Sin entrar en disquisiciones en torno a si el ODS 17 es el más importante de la Agenda 2030, lo cierto es que a nadie se le escapa que una empresa hotelera o de turismo activo por sí solas son incapaces de propiciar cambios significativos y rápidos en el modelo turístico, en el destino. Ni siquiera un Ayuntamiento, un Cabildo Insular o un Gobierno autonómico pueden, por sí solos, plantearse tener éxito en una iniciativa de esta envergadura.

Una obviedad, sin duda, pero que conviene tener presente porque nos recuerda que los sistemas socioeconómicos o los modelos de desarrollo no pueden modificarse a través de acciones aisladas. El cambio, para que se produzca, requiere de acciones coordinadas, bien articuladas, y de una escala mínima suficiente; y que esas acciones sean apoyadas por el conjunto de actores territoriales y de la ciudadanía para que la pretendida transformación, que normalmente requiere de largos períodos de gestación, pueda llegar a materializarse.

Hacer transitar un destino turístico hacia la sostenibilidad integral pretendida por la Agenda 2030 no consiste en incorporar unas pocas mejoras incrementales e inconexas, por mucho que las decoremos con el pin multicolor de los ODS. Se trata, ante todo, de poner en marcha iniciativas que realmente estén enlazadas para poder provocar cambios profundos.

En este tránsito hacia la cultura de las alianzas y la colaboración, sería deseable —si se pretende que aquellas perduren en el tiempo— abandonar el paradigma meramente transaccional que predomina en la actualidad y sembrar las bases para que pueda emerger otro cimentado sobre la confianza. El capital social y el capital relacional, conviene recordarlo, son activos estratégicos de la base patrimonial o stock de capital territorial<sup>13</sup> sobre el que deben fundamentarse los procesos de desarrollo regionales y locales.

Estos procesos de transformación y la necesidad de forjar alianzas multiagente sólidas demandan liderazgos distribuidos, entendidos estos como una propiedad de las organizaciones y de los sistemas o redes, y no de una persona individual.

### 3.4. Misión «destino sostenible»

Si damos por buenas las reflexiones anteriores, a saber: que el desafío es complicado por su naturaleza multidimensional, multifuncional, multiactor y multi-sector; y que por eso precisamos forjar alianzas, profundizar en los mecanismos de colaboración y apoyarnos en liderazgos compartidos o distribuidos; si damos por buenas estas premisas, la siguiente idea que planteamos, más bien en clave de pregunta, es si la forma en que venimos diseñando nuestros proyectos no debería replantearse; si no sería mejor hablar de un proyecto de proyectos, de una red o pool de proyectos estratégicos interconectados.

En definitiva, lo que estamos sugiriendo es la adopción del enfoque de las misiones del que nos habla Mazzucato (véase la Figura 2) para atender de forma satisfactoria a toda esta complejidad y transitar hacia un modelo de desarrollo sostenible inspirado en la Agenda 2030: «El modelo de la primera misión espacial a la luna debería ser nuestra inspiración. [...] debería inspirarnos para enfrentar los grandes desafíos de hoy, como el cambio climático y las desigualdades» (Mazzucato, 2021a). Los 17 ODS y sus 169 metas «encajan muy bien en un enfoque orientado por misiones, en el que el desafío solo se resuelve mediante la experimentación realizada en torno a muchos proyectos que, juntos, completan la misión» (Mazzucato, 2021b, p. 116).

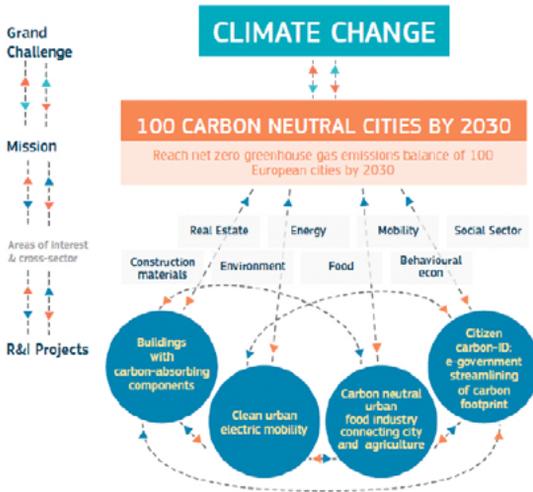
---

13 Para profundizar en el alcance y taxonomía del capital territorial y su papel en la promoción de los procesos de desarrollo territorial, se recomienda la lectura del trabajo de Roberto Camagni (2017).

**Figura 2.** El enfoque de las misiones de Mazzucato. Una ejemplificación a través de la misión «ciudades neutras en carbono»



Planteamiento teórico



Ejemplificación

Fuente: Mazzucato (2018), *Mission-Oriented Research & Innovation in the European Union. A problem-solving approach to fuel innovation-led growth*, European Commission, Directorate-General for Research and Innovation (páginas 11 y 22)

### 3.5. Participación real y efectiva

La inclusión de los ODS 16 y 17 en la Agenda 2030 representa un cambio fundamental en la concepción del desarrollo global y supone el reconocimiento de que no puede haber desarrollo sostenible sin paz, sin justicia, sin instituciones sólidas y sin alianzas. Más aún, cabe realizar una lectura en sentido inverso, esto es, que los avances en materia de desarrollo sostenible pueden llegar a perderse si no se garantiza la paz, la justicia, un marco institucional sólido, eficaz y eficiente, y si no se promueve la cultura de la colaboración y las alianzas.

Tal y como consagra la Agenda 2030 a través de su ODS 16<sup>14</sup>, las sociedades cohesionadas, pacíficas e inclusivas son un precursor del desarrollo sostenible porque las personas no pueden desarrollar todo su potencial ni contribuir activamente a su comunidad sin seguridad, sin protección y sin instituciones y espacios que posibiliten la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a sus necesidades.

A fin de crear un entorno propicio para el desarrollo sostenible, debe prestarse la máxima atención a la prevención de los conflictos abordando sus causas profundas, garantizando unas instituciones sólidas, responsables e inclusivas. Esto requiere una mayor colaboración y alianzas, procurando vertebrar los esfuerzos de todas las partes interesadas.

La sostenibilidad integral que plantea alcanzar la Agenda 2030 de la ONU requiere, por tanto, de la participación abierta, activa e informada de todas las partes interesadas, así como de un liderazgo político firme que la propicie, velando por que ningún colectivo quede excluido, y facilitando la generación de consensos en torno a los grandes objetivos estratégicos y los proyectos tractores que deberán impulsarse para la materialización de aquellos.

De lo anterior se desprende que no podemos entender el desarrollo sostenible de los destinos turísticos sin la implicación absoluta de todas las organizaciones que integran el ecosistema turístico; sin contar con todos y cada uno de los eslabones de la cadena de valor, tanto de la cadena de valor tradicional como la cadena ampliada.

Pero en esta ecuación tampoco puede quedar fuera la ciudadanía; no podemos silenciar a las personas que conforman las comunidades locales receptoras, pues son ellas la respuesta a una de las cuestiones más relevantes de esta senda transformadora que se pretende impulsar: ¿para quién?

---

14 Para aquellas personas interesadas en profundizar en el verdadero alcance del ODS 16, se recomienda la lectura del libro de Paloma Durán y Lalaguna y Cástor Miguel Díaz Barrado (2018).

En este sentido, conviene recordar que la colaboración que nos invita a promover la Agenda 2030 es tanto pública como privada, sin duda; pero también social. Y es que si lo que se pretende realmente es propiciar cambios de largo alcance, que tardarán mucho tiempo en materializarse, los procesos participativos son cruciales para atender, entre otros, el reto de la intertemporalidad al que se enfrentan todos los ejercicios de planificación estratégica, especialmente aquellos que abarcan horizontes temporales amplios, de medio y largo plazo.

La acción pública se despliega en horizontes temporales diversos y plantea el desafío de definir los mecanismos de articulación de estos diferentes horizontes, a saber, largo, mediano y corto plazo de la planificación. La planificación intertemporal puede trascender un período de gobierno y en este caso puede considerarse una visión de largo plazo. Considera la gestión de enlaces, articulaciones, interacciones y acuerdos entre diferentes tiempos [...] Uno de los propósitos de una planificación intertemporal es promover acciones y políticas estables, menos vulnerables a los cambios de administración y gobierno. (CEPAL, 2018, p. 10)<sup>15</sup>

Los procesos de participación, además, ayudan a que la ciudadanía y todas las partes interesadas se apropien de los objetivos y proyectos diseñados para su consecución, así como a minimizar el «efecto cajón» tan frecuente en el ámbito de la política, y que consiste sencillamente en que con los cambios de gobierno, sobre todo cuando implican cambios de color político, se acostumbra a guardar en un cajón todas las propuestas de acción y ejercicios de planificación anteriores por el simple hecho de que han sido impulsados por otro Gobierno, por otro partido.

### 3.6. Sistemas de gobernanza y marco institucional

Continuamos moviéndonos en la esfera del ODS 16. Y lo hacemos para subrayar la importancia que tiene la correcta modulación y diseño del marco institucional a la hora de liberar las fuerzas transformadoras y el potencial de desarrollo (endógeno) de un territorio o de un destino turístico.

A la hora de promover modelos de desarrollo exitosos, resulta crucial que los territorios dispongan de suficiente margen de actuación política, para diseñar, modificar y modular el uso de las instituciones<sup>16</sup>. Es muy importante que los

<sup>15</sup> Un documento especialmente recomendable para aquellas personas interesadas en comprender el rol de la planificación estratégica como medio de implementación de la Agenda 2030 es la guía metodológica elaborada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018).

<sup>16</sup> Las instituciones son, según Douglass North (1990), el conjunto de restricciones en forma de reglas y regulaciones que condicionan el comportamiento e interacciones humanas. Alternativamente, Ha-Joon Chang (2007) las define como el conjunto de supuestos, normas y rutinas ampliamente compartidas, con intensos efectos sobre las motivaciones y el comportamiento de los agentes que facilitan los procesos de toma de decisiones y las interacciones humanas. Cuando están bien diseñadas, las instituciones permiten que nuestros comportamientos e interacciones sociales sean previsibles, reducen los costes de transacción y se orientan a la defensa del interés común.

territorios exploten al máximo el margen del que dispongan para diseñar el marco institucional para atender sus especificidades y poder así maximizar su potencial de desarrollo y competitividad. El capital institucional<sup>17</sup>, igual que el capital social y relacional, es un activo estratégico clave que integra el capital territorial estratégico sobre el que cimentar los procesos de desarrollo regionales y locales.

Si el propósito de una organización, de un destino turístico o de un territorio cambia y pasa a ser, pongamos por caso, avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible según los principios y objetivos planteados en la Agenda 2030, su materialización efectiva pasa inevitablemente por reconsiderar su marco institucional. Las instituciones, el conjunto de normas y reglas que orientan nuestras acciones, debe ser revisado y, en su caso, actualizado para ponerlo al servicio de la sostenibilidad.

Otro cambio de calado que ha de propiciarse en el caso de desear transitar hacia el modelo de sostenibilidad propuesto por la ONU en su Agenda 2030 tiene que ver con el sistema de gobernanza, con la mirada puesta, especialmente, en la mejora de los mecanismos y espacios de coordinación y colaboración multi-nivel, multiactor y multisectorial.

La propia OCDE enfatiza las oportunidades que brindan los ODS de cara al fortalecimiento de la gobernanza multinivel para lograr la Agenda 2030 en los siguientes ámbitos:

- (1) Coordinación vertical de las prioridades entre los gobiernos locales, regionales y nacionales para la implementación de los ODS, incluida la participación adecuada de las autoridades subnacionales en la preparación de las revisiones nacionales voluntarias (VNR).
- (2) Coordinación horizontal entre los departamentos sectoriales de ciudades, regiones y países para gestionar las compensaciones entre los ámbitos políticos en la implementación de los ODS y garantizar que las decisiones tomadas o el progreso realizado en un área o ODS no vayan en contra de otros ODS.
- (3) Participación de las partes interesadas para promover un enfoque holístico y de toda la sociedad para lograr los ODS, mejorar las asociaciones entre los sectores público y privado, y el compromiso con la sociedad civil y los ciudadanos en general. (OCDE, 2020b, p. 166)

La necesaria adecuación de los mecanismos de gobernanza entronca con algunos de los elementos que hemos expuesto anteriormente, como son la necesidad de forjar alianzas multiagente, de propiciar espacios de participación efectiva y liderazgos compartidos, y la propia revisión del marco institucional.

---

17 Para ahondar un poco más en el papel del capital territorial en el impulso de los procesos de desarrollo, se recomienda la lectura de Roberto Camagni (2017).

Se trata, en resumidas cuentas, de un factor clave en cualquier ejercicio de planificación estratégica y de localización de la Agenda 2030 en los territorios.

Además del desafío de la intertemporalidad, que ya fue apuntado antes, la planificación estratégica para el desarrollo sostenible enfrenta otros retos como pueden ser el de la intersectorialidad y el de la interescalaridad.

El reto de la intersectorialidad se refiere a que:

La acción pública se despliega en bloques institucionales, especializados en temas, áreas o sectores. La planificación debe considerar la articulación, interacción y acuerdos entre diferentes sectores y aproximaciones especializadas de la planificación, entre sí y con respecto a la mirada integral. (CEPAL, 2018, p. 11)

Por su parte, la interescalaridad tiene que ver con el hecho de que la acción pública:

Se despliega en niveles de gobierno con diferente alcance y cobertura territorial. La planificación debe desplegar formas de definición y mecanismos de articulación de las distintas escalas territoriales de la planificación para el desarrollo. Considera la gestión de enlaces, articulaciones, interacciones y acuerdos entre diferentes niveles: global, nacional, subnacional y local. (CEPAL, 2018, p. 11)

Los retos de la intertemporalidad, la intersectorialidad y la interescalaridad, inherentes todos ellos a los ejercicios de planificación estratégica territorial, se relacionan con el enfoque de la Coherencia de las Políticas para el Desarrollo Sostenible, sobre el que organizaciones multilaterales (por ejemplo, la OCDE) y supranacionales (por ejemplo, la Comisión Europea) llevan tiempo trabajando, y que Naciones Unidas ha incorporado en la Agenda 2030 en forma de elemento facilitador del desarrollo sostenible y a través del ODS 17<sup>18</sup>.

### **3.7. Enfoques holísticos, sistémicos, integrales**

Traemos nuevamente a colación el principio de interconexión e indivisibilidad que proclama la Agenda 2030, pero que no siempre se tiene en consideración en los ejercicios de localización y planificación estratégica territorial para el desarrollo sostenible. Un principio que parte del reconocimiento de que los retos que enfrentamos todos los territorios sin excepción, y a los que debemos dar respuesta sin dilación, están interconectados. Y por esa razón la ONU plantea que la Agenda 2030 debe afrontarse en su totalidad, en lugar de enfocarla como una lista de objetivos individuales y desconectados entre los que se puede elegir. Los 17 ODS constituyen un todo indivisible e interconectado.

---

18 Meta 17.14: mejorar la coherencia de las políticas para el desarrollo sostenible.

Pero llegados a este punto, pretendemos apoyarnos en esta mirada integral, sistémica, para plantear otra cuestión, a saber: ¿qué es el destino (turístico)?; ¿se puede cambiar el modelo turístico sin repensar todo el modelo económico, productivo, de desarrollo? Lo turístico, ¿no es un subsistema dentro de otro más amplio y que interactúa con otros tantos?

Como no es posible hablar y mucho menos inducir cambios en el modelo turístico sin entender y propiciar transformaciones en el modelo de desarrollo territorial en su totalidad, entendemos que lo que debemos plantearnos como sociedad es transitar con paso firme hacia el desarrollo sostenible integral, des-terrando el sesgo hacia el crecimiento económico a corto plazo, y ampliando nuestra función objetivo. Y para eso, como decíamos al comienzo, tenemos una herramienta de apoyo, una guía: la Agenda 2030.

Con esta afirmación no pretendemos desenterrar debates similares al que se abiera, nada menos que en la década de 1960, entre los partidarios de los modelos de «crecimiento equilibrado» y los defensores del «crecimiento des-equilibrado». Lo anterior tampoco debe llevar al lector a la conclusión de que se está negando que en sistemas socioeconómicos como el balear o el canario, con una elevada especialización (¿dependencia?) de la actividad turística, la transición hacia un modelo de desarrollo sostenible pasa inexorablemente por que el ecosistema turístico abrace y lidere la sostenibilidad. Sin ningún género de dudas, Baleares y Canarias serán sostenibles solo si sus sectores turísticos llegan a ser sostenibles.

Pero no es menos cierto que muchas cuestiones directamente vinculadas a la sostenibilidad, no tiene sentido plantearlas, mucho menos afrontarlas, si no es desde enfoques integrales, sistémicos. Pensemos, por ejemplo, en el debate acerca del decrecimiento o la *desturistificación*.

### **3.8. Una nueva forma de entender el éxito (turístico)**

Concluimos llamando la atención sobre otro aspecto clave en el impulso de la Agenda 2030<sup>19</sup> y esencial en cualquier ejercicio de planificación estratégica que aspire a cosechar un mínimo de probabilidad de éxito. La necesidad de especificar objetivos concretos, hitos a alcanzar (y alcanzables) y un sistema de indicadores adecuado para poder evaluar su grado de consecución.

---

<sup>19</sup> En el ODS 17, en la meta 17.19, se establece la conveniencia de «aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto».

Si el propósito de las organizaciones y los territorios cambia, inevitablemente tendrá que repensarse la forma en que se mide el «éxito» de las acciones, de los proyectos y planes estratégicos. Si el objetivo deja de estar centrado exclusivamente en la maximización del crecimiento económico a corto plazo, y pasa a enfocarse en la consecución de los 17 ODS y sus correspondientes metas, la batería de indicadores cambia, se amplía.

Si el nuevo objetivo de los destinos turísticos es transitar hacia la sostenibilidad, tendremos que someter a escrutinio la forma en que se relaciona la actividad turística con la naturaleza; cómo impacta sobre los recursos naturales y ecosistemas; habrá que examinar cómo interactúa con las sociedades receptoras y con los restantes sectores económicos. De igual forma, tendremos que repensar qué entendemos y cómo medimos el «éxito turístico».

Tal y como ha señalado recientemente la OCDE (2020a), precisamos de un cambio de paradigma en el que el éxito turístico no puede seguir midiéndose en términos del número de visitantes recibidos y del total de pernoctaciones. Es necesario pasar a un paradigma capaz de ofrecer una visión sostenible para el futuro. El objetivo deseado es un futuro en el que el éxito del turismo no se mida únicamente a través de indicadores de demanda, sino que se centre en los impactos positivos que el turismo puede y debe proporcionar a nivel de destino, y los beneficios que se aportan a las economías y comunidades locales. El sector turístico, tal y como insiste la OCDE, debe ser juzgado no por la demanda, sino por su eficacia en la prestación de medios de vida, contribuyendo a la economía local y a los beneficios netos para los destinos, las comunidades locales.

#### 4. Conclusiones

La pretensión de este capítulo ha sido, por un lado, ilustrar los paralelismos existentes entre los ejercicios de planificación estratégica territorial y los procesos de localización de la Agenda 2030 y, por otro, la gran oportunidad que constituye la Agenda 2030 para reorientar los procesos de planificación y desarrollo, lo que incluye la reconfiguración de los destinos turísticos.

Adicionalmente, se ha enfatizado la urgencia que tiene que los equipos y las personas responsables de diseñar y poner en práctica los planes estratégicos y sus correspondientes planes de acción conozcan y sitúen en un lugar destacado los principios fundamentales de la Agenda 2030, pues su olvido está mermando considerablemente su poder transformador, su capacidad para hacernos transitar hacia modelos de desarrollo sostenibles y más resilientes. Más

aún, en no pocos casos esta omisión parece ser intencionada, buscando solamente un efecto cosmético, un mero «lavado de cara» (*SDG washing*).

## Referencias bibliográficas

Camagni, R. (2017). Regional Competitiveness: Towards a Concept of Territorial Capital. En Capello, Camagni, Chizzolini y Fratesi (coords.), *Modelling Regional Scenarios for the Enlarged Europe. European Competitiveness and Global Strategies*, (pp.33-47). Springer.

CEPAL. (2018). *Planificación para la implementación de la Agenda 2030 en América Latina y el Caribe*.

Chang, H. J. (2007). *Institutional Change and Economic Development*. United Nations University Press.

Durán, P. y Díaz, C. M. (2018). *Sustainable Development Goals. Goal 16: Peace, Justice and Strong Institutions*. Thomson Reuters.

Global Taskforce, PNUD y ONU Habitat. (2016). *Roadmap for localizing the SDGs: implementation and monitoring at subnational level*.

Heras, I., Urbieto, L. y Boiral, O. (2022). Organizations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29, 316-328.

Mazzucato, M. (2021a). «El modelo de la primera misión espacial a la luna debería ser nuestra inspiración». *Ethic*, 14 de octubre de 2021.

<https://ethic.es/entrevistas/el-modelo-de-la-primera-mision-espacial-a-la-luna-deberia-ser-nuestra-inspiracion/>

Mazzucato, M. (2021b). *Misión Economía. Una carrera espacial para cambiar el capitalismo*. Taurus.

North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge University Press.

OECD. (2020a). *Tourism Trends and Policies 2020*. OECD Publishing.

OCDE. (2020b). *A Territorial Approach to the Sustainable Development Goals*. OECD Urban Policy Reviews.

ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Resolución A/RES/70/1, de 25 de septiembre*.

UNEP y UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers*.

# Datos y conocimiento para la transición sostenible de los destinos turísticos

---

**Raúl Hernández Martín**

*Profesor Titular de Economía Aplicada  
Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción

La sociedad se encuentra en una encrucijada en la que se deben tomar decisiones para reducir la presión de las actividades económicas sobre el medioambiente. A su vez, dichas decisiones deben tratar de garantizar el bienestar social en el contexto del proceso de transición hacia la sostenibilidad. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030 señalan una senda en la que se están alineando muchas decisiones públicas y privadas en medio de un proceso que se está acelerando por las urgencias en la lucha contra el cambio climático y la descarbonización. El turismo, como una actividad fundamental en las sociedades modernas, está llamado también a la toma de grandes decisiones que contribuyan en esta necesaria transición. Las reflexiones que realizamos en este capítulo quieren poner el acento sobre uno de los aspectos clave en el proceso de transición sostenible del turismo: mejorar el proceso de toma de decisiones basados en datos. Más en concreto, centraremos la atención sobre la mejor medición de los impactos del turismo, particularmente a escala local, a fin de contribuir a tomar decisiones más acertadas y a favorecer la implementación de las mismas en los destinos.

A pesar de más de tres décadas de reflexión e investigación en torno al concepto de turismo sostenible (Bramwell et al., 2017), aún no existen metodologías consensuadas internacionalmente para la medición de la contribución del turismo a la sostenibilidad, ni en el ámbito global ni en el nacional o de los destinos turísticos locales. Este *gap* se relaciona con varias razones principales. En primer lugar, los problemas asociados a la sostenibilidad del turismo son muy variados y están entrelazados con otros efectos generados por otras activida-

des de producción y consumo. En segundo lugar, ha faltado en el caso del turismo una clara dimensión territorial de la medición para la toma de decisiones, puesto que muchos de los impactos relevantes tienen lugar en una escala muy local. En tercer lugar, las propuestas metodológicas sobre indicadores desarrolladas hasta la fecha han tenido dificultades para cumplir sus objetivos, dada la heterogeneidad de situaciones existentes en los destinos locales de diferentes áreas del mundo. En cuarto lugar, el turismo es un fenómeno complejo que debe ser analizado a partir de dos perspectivas complementarias que muestran un panorama muy diferente, la perspectiva de oferta y la perspectiva de demanda. Finalmente, el turismo tiene dificultades para articular satisfactoriamente el vínculo entre la generación de datos y conocimiento, por un lado, y la toma de decisiones públicas y privadas, por otro. A continuación, trataremos de aportar algo de luz en torno a algunas cuestiones clave.

## 2. ¿Por qué es relevante medir la sostenibilidad para el caso particular del turismo?

Desde hace años el World Tourism and Travel Council ofrece una estimación aproximada de que el turismo representa en torno a un 10 % del PIB mundial durante los años previos a la pandemia (WTTC, 2022), incluyendo impactos directos, indirectos e inducidos. Igualmente, estimaciones más recientes y rigurosas llevadas a cabo desde la Organización Mundial del Turismo a partir de los datos publicados en las Cuentas Satélite del Turismo de numerosos países señalan que solamente los impactos directos del turismo estarían en el entorno del 4 % del PIB mundial (UNWTO, 2021). En realidad, el dato que resultaría más necesario para entender la contribución del turismo a la economía mundial sería el de los impactos directos más los indirectos, puesto que de esta manera estaríamos analizando el turismo de la misma manera que lo hacemos con el conjunto de la economía de un país en el Sistema de Cuentas Nacionales. Estas diferencias, y en ocasiones discrepancias, entre fuentes y metodologías nos da una idea del camino aún por recorrer en las tareas de medición del turismo. Aunque la publicación de los dos documentos metodológicos sobre estadísticas y criterios de medición por parte de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2010a; UNWTO, 2010b) supusieron una gran aportación a la comprensión del fenómeno turístico desde una perspectiva estadística, son insuficientes y deben ser complementadas por nuevos manuales.

El turismo incluye las actividades de las personas durante viajes fuera de su entorno habitual, que cumplen unos criterios (UNWTO, 2010a). Es por ello que

puede establecerse una separación de los efectos de las actividades realizadas por las personas fuera de su entorno habitual. Esto es así por varias razones. En primer lugar, porque estas actividades son relevantes estadísticamente hablando; en segundo lugar, porque estas actividades tienen unos impactos muy distintos a las que tienen lugar en el entorno habitual de las personas; en tercer lugar, los impactos durante los viajes son, con frecuencia, más intensos que los que tienen lugar en el entorno habitual; y, en cuarto lugar, porque estas actividades de los visitantes fuera de su entorno habitual están muy concentradas en determinadas zonas, los destinos turísticos, lo que genera una alta intensidad territorial de los impactos.

### 3. ¿A qué escala territorial debemos medir la sostenibilidad del turismo?

Existen varias escalas de análisis relevantes en la transición sostenible del turismo, que incluyen la escala global, la nacional, la regional y la local. Las escalas nacional o regional son importantes porque en estos ámbitos se concentra la capacidad para medir y para tomar decisiones. Sin embargo, los problemas principales de la sostenibilidad del turismo se producen en las dos escalas restantes, la global y la local. A escala global, el turismo y la sostenibilidad se relacionan de una forma doble. Por un lado, el turismo contribuye a la sostenibilidad global a través, por ejemplo, de la huella de carbono que genera la actividad (Lenzen et al., 2018). Pero también es relevante la relación en el sentido opuesto, es decir, cómo la sostenibilidad global está afectando a la actividad turística a través, por ejemplo, de los impactos del cambio climático (Scott et al., 2019) que pueden hacer que determinados destinos dejen de ser sostenibles en un horizonte temporal más o menos próximo, tanto desde una perspectiva medioambiental como social y económica.

Sin embargo, el aspecto más singular en la relación entre el turismo y la sostenibilidad se produce a escala local, debido a la tendencia de los destinos turísticos a poner en cuestión su propia viabilidad a largo plazo. Esta característica intrínseca del turismo, que entró de lleno en la literatura turística desde el pasado siglo a partir del trabajo de Butler (1980) sobre el ciclo de vida de los destinos, ha recobrado actualidad en el periodo prepandemia por el auge del fenómeno del *overtourism* (Peeters et al., 2018; UNWTO, 2018) y está recobrando fuerza durante la recuperación pospandémica. El turismo, con frecuencia, muestra una tendencia a poner en peligro los fundamentos de su propia supervivencia en los destinos a través de las dinámicas de congestión, uso intensivo de recursos y

las repercusiones, a veces negativas, sobre el bienestar de la población local. De ahí la importancia de la medición de sus impactos, así como la necesidad de gestión de los destinos turísticos con una perspectiva integral de sostenibilidad. Esta relevancia de lo local en la medición del turismo ha sido puesta de relieve por Batista Silva et al. (2017) aprovechando las posibilidades del *big data* para conocer el comportamiento del turismo con un elevado grado de granularidad en la Unión Europea o por Hernández-Martín et al. (2016), que delimitan destinos turísticos locales a escala inframunicipal para generar información útil para la toma de decisiones.

La medición del turismo desde una perspectiva global puede abordarse como una mera suma o extrapolación de los resultados a escala nacional. Sin embargo, en la escala de los destinos turísticos locales la sostenibilidad del turismo tiene tanto aspectos comunes como singularidades. Hablamos de elementos comunes en el sentido de que ciertos indicadores, como el consumo de energía, pueden ser analizados tanto a escala local como en el resto de escalas. No obstante, otros indicadores relacionados con la concentración u otros problemas puntuales de ámbito local como la pureza del aire, la calidad del agua del mar o la masificación, no tiene sentido abordarlos en ámbitos amplios como la región o el país, sino en el contexto de los destinos turísticos locales. El interés por la medición a escala local no es solamente un clamor en el ámbito del turismo. La Comisión Estadística de Naciones Unidas viene desarrollando desde hace años una iniciativa en esta misma línea (United Nations Statistical Commission, 2019), tratando de incorporar criterios geoespaciales a las estadísticas socioeconómicas.

#### **4. ¿La medición de la sostenibilidad debe centrarse en la industria turística o en los visitantes?**

La medición del turismo, siguiendo las recomendaciones avaladas por Naciones Unidas (UNWTO, 2010a) puede abordarse desde dos perspectivas complementarias. La perspectiva de oferta, que analiza el turismo a partir de la denominada industria turística (actividades características del turismo). Estas actividades ofrecen sus servicios tanto a visitantes como a no visitantes. Desde la perspectiva de oferta, analizar la transición sostenible del turismo supone estudiar la contribución a la sostenibilidad de las actividades de alojamiento, restauración, transporte de pasajeros, agencias de viaje, así como las actividades recreativas, deportivas y culturales. El mayor inconveniente de esta forma de abordar el tema es el elevado peso que tiene entre estas actividades el sec-

tor de restauración (bares, restaurantes y cafeterías o, en su denominación oficial, provisión de alimentos y bebidas), de modo que los resultados agregados están frecuentemente condicionados por la actividad de este subsector que, en realidad, dirige hacia el consumo turístico en países como España, aproximadamente, solo un tercio de su producción, y en otros países una proporción aún menor.

La otra perspectiva reconocida internacionalmente toma como punto de partida a la demanda, a los visitantes, su consumo y las actividades que desarrollan. Este enfoque para la medición de la sostenibilidad del turismo se caracteriza por el hecho de que en este caso los impactos del turismo no se ciñen a la industria turística, sino que se producen sobre un amplio conjunto de actividades y, a través de las relaciones intersectoriales, sobre prácticamente la totalidad de la economía, la sociedad y el territorio de un país.

En realidad, ninguno de estos dos enfoques es preferible al otro, sino que son el resultado de la imposibilidad de entender la complejidad del turismo desde una sola de estas perspectivas. En el contexto del debate sobre la transición hacia la sostenibilidad esta reflexión es muy pertinente, puesto que necesitamos entender y medir la actividad de las empresas que podemos identificar como turísticas, pero también analizar el comportamiento de los visitantes, siendo ambos una fuente de información para el cambio.

## **5. ¿Cómo satisfacer necesidades de información heterogéneas con herramientas rigurosas y comunes aceptadas internacionalmente?**

Uno de los grandes desafíos de la medición del turismo a escala de destino para facilitar la transición sostenible es la heterogeneidad de situaciones existentes, que requieren con frecuencia de indicadores distintos. Las principales tipologías de destinos turísticos: costeros, urbanos, culturales, de naturaleza, rural, de deportes de nieve, etc., así como el contexto climático, de disponibilidad de recursos naturales, de desarrollo económico, etc., pueden sugerir poner el foco en cuestiones muy diferentes en cada lugar. Es por ello que la monitorización del turismo ha dado lugar, en algunos casos (WTO, 2004), a la publicación de sistemas que incluyen centenares de indicadores. Otra posibilidad es la desarrollada por el European Tourism Information System (European Commission, 2016) o por investigadores como Agyeiwaah et al. (2017) en su intento de desarrollar un conjunto sintético y limitado de indicadores común a todos los destinos que trate de recoger los aspectos clave de la medición del turismo y su sostenibilidad. Sin embargo, este conjunto limitado de indicadores

sintéticos se enfrenta a menudo con la limitada profundidad y relevancia del análisis. Una vía alternativa es la seguida por parte de numerosos trabajos de investigación desarrollados en las últimas décadas, que realizan una selección *ad hoc* de indicadores que permiten el análisis de una realidad concreta pero que carecen de la necesaria capacidad comparativa entre destinos del propio país y de otros países (Torres Delgado y Palomeque, 2014). Igualmente, la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible directamente al turismo no ha tenido resultados alentadores al no estar diseñados para su aplicación en una actividad económica concreta (Rasoolimanesh et al., 2020). Las buenas prácticas y la publicación de iniciativas piloto sobre medición de la sostenibilidad del turismo constituyen otra fuente fundamental de inspiración, tanto para las oficinas estadísticas como para la academia y los tomadores de decisiones, como están haciendo algunas instituciones (UNWTO, 2022).

Finalmente, una última vía para la medición es la que está desarrollando la Organización Mundial del Turismo a través de la iniciativa sobre medición de la sostenibilidad del turismo (UNWTO, 2016), que aspira a culminar con la presentación en 2024 de un manual metodológico. Esta iniciativa pretende ir más allá de un sistema de indicadores, creando un marco estadístico vinculado con el resto de las estadísticas turísticas internacionales aprobadas por la Comisión Estadística de Naciones Unidas. Este marco pretende orientar el trabajo de las oficinas de estadística nacionales y regionales en el mundo. Una ventaja de este enfoque es su voluntad de vincularse en la medida de lo posible con los marcos estadísticos existentes, tanto en el turismo, UNWTO (2010a y 2010b) como en el ámbito de las cuentas ambientales (United Nations, 2014) o en el ámbito de las estadísticas de la Organización Mundial del Trabajo. Una segunda ventaja es que este marco no considera tanto la obligación de usar indicadores concretos como la identificación de los grandes temas de la sostenibilidad, de modo que cada destino puede usar esta herramienta con cierta flexibilidad. Una tercera ventaja de este enfoque es el de haber entendido claramente que la escala local de análisis en el turismo, que puede traducirse al ámbito inframunicipal, es clave para entender la sostenibilidad. Una posible limitación de este enfoque es que, al vincularse con otros marcos estadísticos internacionales se convierta en una herramienta compleja y de limitada aplicación práctica en los destinos locales. En este sentido, estas herramientas deben garantizar un equilibrio entre la capacidad de comparación y el rigor estadístico, con la aplicación práctica de la información generada.

## 6. ¿Cómo superar el gap entre los datos y la toma de decisiones?

Una de las grandes dificultades que tienen los sistemas de estadísticas socioeconómicas y ambientales que se elaboran a escala internacional, nacional o regional, es la relacionada con su comprensión por parte de los tomadores de decisiones públicos y privados, de modo que los datos puedan ser utilizados para la generación de información y conocimiento que alimente la toma de decisiones. En un sector tan dinámico y competitivo como el turístico, la información más común que utilizan las empresas e instituciones es aquella que proviene del mercado (competidores, proveedores y clientes), que van dando señales acerca de qué productos o destinos tienen mejores expectativas de crecimiento y rentabilidad, especialmente en el corto plazo, y cuáles van perdiendo cuota de mercado. Sin embargo, las señales desde el mercado que recibe el sector turístico en relación con su sostenibilidad son muchas veces incompletas, insuficientes y parciales. Estas señales pueden ser positivas, en la medida en que pueden aportar incentivos de mercado para la transición sostenible, alineando competitividad y transición sostenible. Pero también es cierto que estas señales pueden llegar demasiado tarde y de forma no alineada con los intereses colectivos del destino. Es necesario que el destino se ocupe de sus bienes públicos, como la calidad de vida de la población, la hospitalidad, la calidad del paisaje, el patrimonio, la disponibilidad de agua potable, la formación turística, la calidad del empleo, etc., no dejando que sean solamente las señales del mercado las que fueren la toma de decisiones cuando el problema ha aparecido. De este modo, en un entorno de transformación sostenible del conjunto de la economía, el sector turístico necesita de datos y análisis que le permitan tanto realizar una monitorización de los indicadores clave para la transición, como para la toma de decisiones de gestión y estratégicas. Este nuevo entorno de transición incrementa la dependencia entre las empresas y los destinos a los que pertenecen, de modo que la toma de decisiones coherentes, alineadas y basadas en datos rigurosos constituyen un factor clave. La aplicación creciente y rigurosa de *big data* para mejorar nuestro conocimiento sobre el comportamiento de los visitantes y las empresas turísticas constituye un elemento central en el proceso hacia destinos más sostenibles y resilientes.

La superación del *gap* existente entre datos, investigación y toma de decisiones necesita de una nueva gobernanza en torno al conocimiento turístico. Por un lado, hacen falta mejores datos que estén más alineados con las necesidades de los tomadores de decisiones. Hacen falta más predicciones, más granularidad temporal y espacial, más información adaptada a las necesidades

del usuario. Por otro lado, es preciso potenciar la red de colaboración entre los intermediarios de la información y el conocimiento que se sitúan entre los generadores primarios de datos y conocimiento, institutos de estadística e instituciones académicas principalmente, y los tomadores de decisiones. En esta red intermedia encontramos a las universidades, las empresas consultoras, los observatorios turísticos, los *think tanks*, empresas de certificación, organizaciones empresariales, los portales de noticias especializados, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, los departamentos de investigación de grandes organizaciones del sector, etc. Esta red debe hacer de canal de transmisión de las necesidades en los dos sentidos. Traduciendo el dato en una información útil para los tomadores de decisiones en el ámbito público y privado, por un lado. Y, por otro lado, trasladando y traduciendo las necesidades de información de los sectores público y privado de forma que puedan ser asumidas por parte de los generadores primarios de datos y conocimiento.

Un reto a superar es el cambio de cultura respecto al uso de los datos y la información. En muchos sectores, y particularmente en el sector turístico, ha sido frecuente una falta de aprovechamiento del potencial de las estadísticas oficiales y una falta de diálogo sobre las necesidades de información existentes. En esta coyuntura de transformación sostenible es importante, más que nunca, contar con un sólido sistema de datos y conocimiento que acompañe y guíe las decisiones en el proceso de transición. La implicación de los residentes locales en todo este proceso es fundamental y podrá conseguirse más fácilmente si se cuenta con elementos de transparencia y rendición de cuentas vinculado a un sistema de información para la transición sostenible.

## Referencias bibliográficas

- Ageyiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26-33.
- Batista e Silva, F., Marín-Herrera, M., Rosina, K., Ribeiro-Barranco, R., Freire, S., & Schiavina, M. (2018). Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources. *Tourism Management*, 68, 101–115.
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: Looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Comisión Europea. (2016). *The European Tourism Indicator System: ETIS Toolkit for Sustainable Destination Management*. Publications Office.

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature climate change*, 8(6), 522-528.

Peeters, P. et al. (2018). *Overtourism: Impact and possible policy responses*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., Hall, C. M., Esfandiari, K., & Seyfi, S. (2020). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21.

Scott, D., Hall, C.M. y Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61.

Torres-Delgado, A. & Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research*, 49, 122-137.

United Nations. (2014). *System of environmental-economic accounting 2012: Central framework*.

United Nations Statistical Commission. (2019). *The Global Statistical Geospatial Framework*. United Nations Committee of Experts on Global Geospatial Information Management.

UNWTO. (2010a). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008* (No. 83). United Nations Publications.

UNWTO. (2010b). *Tourism Satellite Account: Recommended methodological framework 2008*.

UNWTO. (2016). *Measuring the Sustainability of Tourism (MST). Developing a Statistical Framework for sustainable tourism. Overview of the initiative*.

UNWTO. (2018). 'Overtourism'? – *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions*.

UNWTO. (2021). *The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19*.

UNWTO. (2022). *Measuring the Sustainability of Tourism. Learning from Pilots*.

World Travel & Tourism Council. (2022). *Travel & Tourism Economic Impact 2022*.

WTO. (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*.

# La territorialización de la Agenda 2030 en los destinos turísticos

---

**Moisés Simancas Cruz**  
*Catedrático de Geografía Humana*  
*Universidad de La Laguna*

## 1. Introducción

La sostenibilidad turística fue un principio del 41.º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (1991), la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible (1993), la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible de Lanzarote (1995) y la Agenda 21 para la Industria Turística (1995). Así, se convirtió en un concepto teóricamente atrayente, dando lugar al uso de múltiples acepciones —ecoturismo, turismo blando, turismo responsable, turismo ecológico, turismo verde, turismo regenerativo— que, en algunos casos, se han equiparado —o confundido— con tipologías y productos turísticos (Pulido y Pulido, 2015).

Sin embargo, aunque se acogió con un excesivo entusiasmo y sirvió a los académicos para generar una ingente cantidad de literatura, los resultados prácticos son escasos (Stabler, 1997). En este sentido, Wheeler (1993) plantea que se trata de un concepto teóricamente atrayente, aunque de difícil práctica. Ello es consecuencia de las dificultades que presenta, la subjetividad inherente a sus principios, su ambigüedad conceptual, su demasiada carga teórica, sus significados y connotaciones contrapuestas (Pulido, 2011), su planteamiento como un estado ideal, prácticamente utópico (Ivars et al., 2001), así como su orientación prácticamente exclusiva hacia la dimensión ambiental (Lim y Cooper, 2009). El resultado ha sido su utilización puramente retórica o como «paraguas» de una colección de buenas intenciones. También como un «mantra», a modo de mero valor añadido, insertado en una estrategia de green marketing y, por tanto, como una simple moda o imagen. Asimismo, ha servido para legitimar y justificar semánticamente políticas públicas y procesos de desarrollo turístico, en muchos

casos, contrarios a los principios del paradigma de la sostenibilidad (Bramwell, 2015). A pesar de que el concepto se emplea profusamente, sigue siendo difícil evaluar el grado de sostenibilidad de cualquier modelo de desarrollo turístico.

El anterior escenario se ha transformado en la última década. Aunque no estamos en un cambio de época, nos encontramos en una época de cambios. Así, la sostenibilidad del turismo se ha consolidado como uno de los principales factores de reposicionamiento competitivo de los destinos (López y Pulido, 2014). Supone una de las trayectorias a la que Sanz y Antón (2014) se refieren en relación con la reorientación de los modelos de desarrollo turístico. Se ha convertido en un tema demandado por la población local, los operadores turísticos y los turistas, llegando, incluso, a definir su comportamiento y su elección de los destinos. Supone una oportunidad de modelo de negocio de las empresas y un valor diferencial de los destinos. Se ha incorporado al debate sociopolítico, a los contenidos de los medios de comunicación, a los argumentos de los *lobbies* empresariales, e incluso, al lenguaje de la ciudadanía, aunque sin tener muy claro qué implica en realidad. Constituye un enfoque estructural, a modo de «hoja de ruta», de cualquier política, programa y proceso de planificación y gestión del turismo, a la vez que un criterio y un fin en la concesión de subvenciones e inversiones públicas. Es un factor que reduce la incertidumbre inherente a la actividad turística.

Todo lo anterior ha hecho que la sostenibilidad sea «la clave de bóveda» de la *Estrategia española de Sostenibilidad Turística en Destinos (2021)*, donde el turismo sostenible no se concibe como un producto turístico, «sino una forma de gestionar que debe aplicarse a cualquier tipo de producto y destino turístico».

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han contribuido decididamente a esta transición hacia la sostenibilidad del turismo. La Organización Mundial del Turismo fue uno de los primeros organismos en impulsar su consecución en la actividad turística, dada la capacidad del sector para lograrlos e impulsarlos. Así, por ejemplo, declaró 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible, con el objetivo de fomentar un cambio en las políticas, las prácticas de empresa y el comportamiento de los consumidores para promover un sector turístico más sostenible. Este avance de la sostenibilidad en el turismo ha sido posible, en gran medida, porque en coherencia con su lema de «no dejar a nadie atrás», los ODS también son susceptibles de aplicarse a cualquier escala de los destinos.

Sin embargo, como es habitual en este tipo de documentos, la Agenda 2030 plasma un compromiso global, ambicioso, redactado con un lenguaje excesivamente genérico, arbitrario, impreciso y con un cierto grado de discrecionalidad. Ello conlleva el riesgo de una aplicación estandarizada, con la consiguiente desvirtualización, e incluso, banalización. A ello se añade el hecho de que los espacios turísticos son sistemas territoriales complejos, heterogéneos y dinámicos, con características propias y formas singulares, así como una especialización formal y funcional, que requieren enfoques *ad hoc* para la aplicación de los ODS. Además, la planificación convencional no ha garantizado la sostenibilidad de estos espacios turísticos, debido a que, en su mayoría, no se han diseñado pensando en sus criterios, objetivos y requerimientos. Del mismo modo, el viejo paradigma «Pensar global y actuar local» ya no explica, por sí solo, la realidad de los destinos turísticos, ya que, en un mundo globalizado e interconectado, su sostenibilidad requiere soluciones globales, transversales y holísticas, al igual que los problemas globales necesitan de soluciones locales. A su vez, existe un consenso generalizado sobre el hecho de que la implementación de la Agenda 2030 no es viable sin tener en cuenta lo que sucede en los territorios, así como las aspiraciones y necesidades de sus actores, públicos y privados.

Las anteriores cuestiones determinan que las 169 metas —que desglosan y concretan los 17 ODS en acciones a diferentes niveles de competencia— y los 232 indicadores planteados desde la escala global requieran su adaptación a las especificidades del turismo y de cada destino a través de la denominada *localización de la Agenda 2030*. Se trata de un procedimiento metodológico de contextualización que posibilita «aterrizar», concretar y apropiar el marco estratégico, los objetivos y los principios tan macro y ambiguos previstos en la Agenda 2030 en actuaciones muy micro y a escala local (los espacios turísticos). Ello supone un trabajo bidireccional: por un lado, de arriba hacia abajo, para traducir los ODS en soluciones locales a través de la alineación de las políticas, programas y planes con los mismos, con la consiguiente definición de objetivos, metas, medios de implementación, medición y seguimiento (Global Taskforce of Local and Regional Governments, 2016); y por otro, de abajo hacia arriba, en el que las características, singularidades, debilidades, prioridades y oportunidades de cada ámbito territorial se consideran esenciales en la óptima implementación de la Agenda 2030. De esta manera, la localización de los ODS en los espacios turísticos supone la consideración de su identidad territorial.

## 2. El reto de la localización de la Agenda 2030

### 2.1. La importancia de la dimensión territorial del turismo

Una de las condiciones *sine qua non* del turismo es que el turista debe trasladarse a los lugares para poder desarrollar y disfrutar la experiencia turística. Esto determina que la dimensión territorial de los destinos es uno de los fundamentos y rasgos esenciales del turismo, hasta el punto de que la referencia geográfica es siempre más o menos evocada. Así, los lugares desempeñan un papel de primer orden en el sistema turístico como el recurso focal, siendo uno de los principales factores de atracción y de desarrollo de la actividad y la experiencia turística. De este modo, no se trata de un mero soporte físico-espacial de la actividad turística, pues esta es un elemento estructurante de su configuración espacial, transformación, dinámica socioeconómica, e incluso, apropiación.

Por otra parte, una parte muy relevante de los desafíos ligados al desarrollo sostenible que se recogen en la Agenda 2030 tienen una fuerte dimensión territorial. A su vez, los territorios y, por ende, los destinos turísticos, son los escenarios donde se expresan y concretan algunos de los principales desafíos de la sostenibilidad turística, así como se desarrollan las principales soluciones e innovaciones para abordarlos.

En relación con ambas cuestiones, la localización de la Agenda 2030 en los destinos turísticos es una acción que permite su implementación en correspondencia con sus características y condiciones territoriales. Esto determina que, en coherencia con lo planteado inicialmente en el Libro Verde de la Comisión Europea sobre Cohesión Territorial y, sobre todo, en la nueva Agenda Territorial Europea 2020, la localización de la Agenda 2030 no es un procedimiento neutral desde el punto de vista territorial y, por tanto, un planteamiento con un enfoque espacialmente indefinido (*spatially blind*). Por el contrario, su implementación implica una estrategia localmente diferenciada (*place based*), a modo de proceso de *territorialización*, en la medida en que el contexto territorial (*spatially aware*) resulta un elemento esencial.

Por tanto, a diferencia del enfoque sectorial, la localización de los ODS pone el énfasis en dicha dimensión territorial del turismo. Esto implica tomar en consideración las necesidades y prioridades locales como clave para lograr la Agenda 2030. Se trata de garantizar la articulación de las políticas públicas con los procesos clave que se dan en los destinos, integrando y reflejando —de manera holística— la realidad y las dinámicas de los mismos. Para ello, el conocimiento

geográfico se ha posicionado como una de las disciplinas más útiles no solo para la interpretación de la importancia global y local del turismo, también para ofrecer un marco integrado idóneo para entender las características territoriales de los espacios turísticos. A este respecto, la aplicación del enfoque de inteligencia territorial resulta adecuada. En cualquier caso, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos implica saber y entender el turismo.

## **2.2. La necesidad de diseñar un sistema de indicadores *ad hoc* adaptado a las especificidades territoriales de cada espacio turístico**

La consideración de las especificidades territoriales locales para la territorialización de los ODS implica un conocimiento exhaustivo de los elementos y procesos que se dan en los espacios turísticos. Esto determina la necesidad de disponer de la información necesaria a escala local que permita comprender las necesidades y prioridades en materia de sostenibilidad turística, para luego, sobre esa base, diseñar las estrategias y acciones. Se trata de llevar a cabo procesos de diagnóstico territorial y de detección de necesidades, en los que la información juega un papel clave y, sobre todo, su transformación en conocimiento. En cualquier caso, supone un proceso de toma de decisiones, que deriva de la suma del análisis y la definición de líneas acción.

Lo anterior requiere disponer de indicadores específicos, que deben facilitar la medición de la situación preoperacional de la sostenibilidad de los destinos. En este sentido, el turismo no ha quedado al margen de este proceso de generación de datos, sobre todo, a través de indicadores e índices relativos a la sostenibilidad de espacios turísticos (Vera et al., 2001; Comisión Europea, 2013; Torres y Saarinen, 2014; López et al., 2018; Thiel y Navarro, 2018).

Por otra parte, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos basada en indicadores debe descender a la escala local. Para ello, en coherencia con la consideración del Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2014), los 230 elaborados por el Grupo interinstitucional y de expertos sobre indicadores SDG (IAEG-SDG) para el seguimiento de los ODS a escala internacional deben adaptarse a las singularidades locales. Asimismo, conlleva la conveniencia de diseñar un sistema de indicadores *ad hoc* para medir la sostenibilidad de cada destino, dada su gran importancia como herramienta de su medición y para aportar la información relevante para la formulación de políticas públicas.

Por tanto, los datos cualitativos y cuantitativos a escala microlocal y la fijación de parámetros de sostenibilidad resultan básicos en el proceso de territorialización de los ODS. Sin embargo, como López et al. (2022: 217) señalan

«desafortunadamente, estas aportaciones han tenido poca traslación real a los sistemas de gestión de los destinos y tampoco se han concretado demasiado en acciones específicas por parte de los organismos competentes». Ello deriva del hecho de que la medición de la sostenibilidad turística no está exenta de complicaciones. Estas derivan, entre otras, de las siguientes cuestiones.

- En primer lugar, la escasa cultura y predisposición de las Administraciones públicas hacia la evaluación y, por tanto, la medición del grado de eficacia de sus decisiones. Además, las respuestas suelen ser puramente lineales.
- En segundo lugar, cada destino requiere unos indicadores específicos que no pueden ser extrapolados a otros. En este sentido, los sistemas adoptados varían significativamente entre escalas y espacios turísticos.
- En tercer lugar, los índices de sostenibilidad para cada destino turístico son escasos, difíciles de aplicar, sin disponibilidad de datos importantes, así como cuestionados debido a su nivel de complejidad en la práctica. Asimismo, existe una excesiva orientación del proceso de medición de la sostenibilidad turística «óptima» hacia la búsqueda de unos «números mágicos» derivados de una fórmula matemática. Además, los indicadores comúnmente utilizados no son suficientes para lograr una medición efectiva de la sostenibilidad turística (Vera et al., 2001). Así, las múltiples y diversas propuestas de sistemas de indicadores no han logrado establecer modelos comunes de aplicación universal, ya que existen tantas metodologías como propósitos o finalidades de su medición. Asimismo, aunque se han elaborado abundantes estudios empíricos y una literatura científica-académica con orientaciones conceptuales y metodológicas que gozan de un cierto respaldo técnico y una aceptación entre la comunidad científica, cualquier pretensión de unificar criterios, indicadores numéricos u otros elementos de ponderación se torna un intento de gran complejidad, e incluso, una quimera.
- En cuarto lugar, aunque se ha sido relativamente dinámico en crear orientaciones estratégicas hacia una planificación más integral y sistémica de la sostenibilidad turística, solo en los últimos años se han priorizado las metodologías y los indicadores para su evaluación, como, entre otros, el índice de bienestar económico sostenible, huella ecológica y valor económico total. Ello explica el habitual uso de indicadores de primera y segunda generación, los cuales han proporcionado información parcial, con lo que las conclusiones suelen ser sectoriales, estáticas y sesgadas. En este sentido, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos requiere avanzar en los denominados «indicadores de tercera generación», en la medida en

que son exclusivos al quehacer de la sostenibilidad turística. Ello posibilita la consideración sinérgica, transversal y holística de los múltiples factores que influyen en su evaluación.

- En quinto lugar, en coherencia con lo que sucede con las fuentes estadísticas públicas turísticas (Peñarrubia y Simancas, 2020), los indicadores de sostenibilidad turística no suelen aparecer en las mismas. Además, los disponibles son dispersos, están desagregados y desactualizados, carecen de una dimensión diacrónica, algunos son inaccesibles y no se adecúan a las temáticas que requiere la medición de la sostenibilidad de los destinos, centrándose en cuestiones generales del turismo. No obstante, la necesidad de contar con datos sobre sostenibilidad para optar por subvenciones y fondos públicos ha cambiado esta situación, de modo que los servicios de estadísticas comienzan a producir y publicar datos generales relativos a los ODS. Asimismo, el uso de Sistemas de Información Geográficos sirve como soporte para elaborar *ad hoc* datos que actualmente no existen, con una dimensión espacial, de naturaleza alfanumérica, a microescala y georreferenciados.
- En sexto lugar, no hay un consenso sobre el número de indicadores (de presión, estado o respuesta) que debe tener un sistema para la territorialización de los ODS. Este debe ser lo suficientemente amplio como para que se pueda evaluar correctamente la multidimensionalidad de la sostenibilidad y, a la vez, suficientemente simplificado para que sea manejable. Por esta razón es conveniente que cualquier sistema esté contrastado a través de procesos participativos con los agentes del destino y/o encuestas pluridisciplinarias a expertos.

Por último, sería deseable que el estado de sostenibilidad de los destinos turísticos pudiera evaluarse mediante patrones y estándares reconocidos, comparables y aceptados, basados en datos fáciles de obtener. A este respecto, las herramientas de evaluación «ex ante» y «ex post» convencionales basadas en una línea de base fija resultarían adecuadas, al permitir comparar datos en relación con los niveles objetivos deseados de sostenibilidad turística, con el fin de definir dónde se encuentran las prioridades de desarrollo, cuáles podrían ser las metas provisionales y qué tipo de recursos se requiere para alcanzar los resultados deseados. Sin embargo, no existen los umbrales de referencia que permitan interpretar la medida en la que cada variable cumple con la misma. Además, los límites máximos son generalmente de difícil precisión, si no imposible, llegando, incluso, en algunos casos, a ser meras simplificaciones excesivas.

vamente arbitrarias, que conllevan juicios de valor, con el consiguiente grado de subjetividad. Una posible solución sería construir una línea de base que contenga un conjunto de indicadores a título de inventario y comparar (*benchmark*) los datos de línea de base con los índices de otras áreas turísticas de litoral.

### 3. Reflexiones para abordar la territorialización de la Agenda 2030 en los destinos turísticos

#### 3.1. La adaptación de los ODS a las especificidades territoriales de cada destino turístico

La pregunta de cómo implementar los ODS surgió de inmediato tras la aprobación de la Agenda 2030. Ello se debió a que la localización de los ODS es un tema complejo y no resuelto, que puede ser abordado de diferentes formas (Allen, Metternicht y Wiedmann, 2018). La tarea de territorializar la Agenda 2030 en los espacios turísticos implica poner en marcha todos los mecanismos y recursos necesarios para su implementación en los mismos, así como el logro de las distintas metas que plantea. Desde este punto de vista, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos adquiere una triple perspectiva.

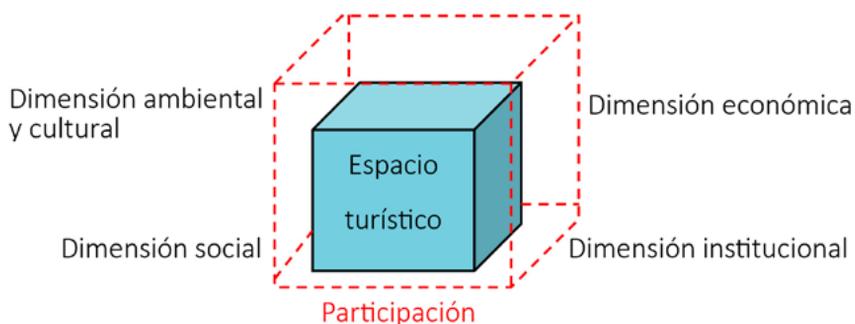
La primera se relaciona con el concepto de apropiación. Lo ideal de la implementación de estrategias y acciones de desarrollo sostenible inherentes a la Agenda 2030 es que sean la expresión de las necesidades, apuestas, proyección y prioridades de los destinos. Se trata de que reflejen los intereses y la toma de decisiones de los actores locales en todas las fases del ciclo de territorialización de la misma. Para ello resulta necesario aplicar acciones para sensibilizar, informar, involucrar y comprometer a los agentes locales, de manera individual o colectiva, públicos y privados. Esta responde al hecho de que, en coherencia con la propuesta de la Comisión Europea «Un nuevo consenso europeo sobre el desarrollo. Nuestro mundo, nuestra dignidad, nuestro futuro» (2016), la localización de los ODS es una operación de concreción que, aunque debe ser impulsada y liderada por las Administraciones públicas competentes, implica a todos los sectores —públicos y privados, individuales y colectivos— que conforman el sistema turístico.

En este contexto, como cualquier política pública, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos guarda relación con la forma en que los gobiernos regionales y locales pueden dar apoyo para alcanzarlos. En este sentido, se estima que el 65 % de las metas de los ODS podrían estar en riesgo de alcanzarse si no se involucra claramente a los gobiernos locales (United Cities and Local Governments, 2019). Esto convierte a las autoridades locales en actores

esenciales para la efectiva aplicación del conjunto de la Agenda 2030 desde el establecimiento de los objetivos y metas, hasta la determinación de los medios de implementación y el uso de indicadores para medir y monitorear el progreso. En este sentido, no se debe obviar el hecho de que la territorialización de la Agenda 2030 supone el proceso de apropiación de sus compromisos globales, mediante la construcción de manera concertada y articulada entre los diferentes niveles de gobierno y los diferentes actores, públicos y privados, del destino.

Por consiguiente, el proceso de territorialización de la Agenda 2030 en los destinos pasa por la participación ciudadana, entendida, además, como una condición fundamental y obligatoria de la sostenibilidad (Figura 1). En este sentido, no debemos obviar el carácter estratégico de la Agenda 2030 y que el logro de la sostenibilidad debe evitar las meras imposiciones legislativas; por el contrario, se trata de lograrlo a través de diálogos, consensos, acuerdos, etc., para lo cual la implicación y participación de los distintos actores resulta esencial. Asimismo, aunque las metas de los ODS están relacionadas con las competencias de los gobiernos regionales y municipales, algunas sobrepasan su campo de acción, por lo que este trabajo debe ser desarrollado de manera participativa, contando con el conjunto de agentes presentes en los destinos (gobierno, academia, sector privado, empresas, sociedad civil, etc.). De esta manera, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos implica también la consideración de las relaciones de todos los actores; esto se relaciona con el ODS 17 relativo con la asociación (el *partenariado*) entre todos los actores vinculados con el desarrollo sostenible en todas sus dimensiones. Ello posibilita el consenso en torno a los objetivos y a las prioridades, a la vez que permite ampliar los compromisos que están dispuestos a asumirse. Esto constituye una oportunidad y un verdadero desafío para innovar en temas de gobernabilidad, conforme a los principios complejos de la gobernanza multinivel, que precisa de mecanismos estructurados de diálogo que permitan una aplicación eficaz del principio de subsidiariedad entre las diferentes administraciones en favor de aquellas más locales. En definitiva, la territorialización de los ODS en cada destino turístico supone la adopción de decisiones en la escala geográfica más grande posible y a las instituciones más cercanas a los ciudadanos. Ello posibilita no solo aprovechar la percepción de los *stakeholders* sobre los problemas locales, sino también su capacidad de movilización para el diseño e implementación de las políticas y acciones, en la medida en que estos van a ser sus destinatarios.

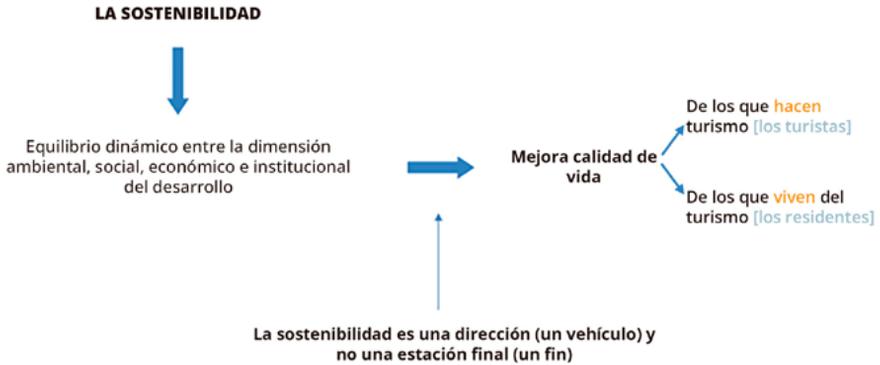
Figura 1. Modelo teórico de la sostenibilidad territorial de los destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia

La segunda perspectiva se corresponde con el entendimiento de la territorialización de la Agenda 2030 como una forma de alineación de los ODS con las políticas, programas, planes y proyectos existentes. Ello no significa formular un nuevo plan. Por el contrario, se trata de repensar y reorientar las políticas, programas y planes existentes desde la perspectiva y los grandes retos de la sostenibilidad turística. Ello implica la incorporación de manera transversal de cuestiones de especial relevancia funcional y estructural relativos a la misma, como los umbrales admisibles de impacto —más que sobre la disposición de las actividades—, los ritmos y procesos de transformación —más que sobre el tipo de transformación— o el desarrollo de redes de interrelaciones de actores —más que los comportamientos e intereses individuales—. Por tanto, no debe centrarse tanto en qué pasa, sino cuándo y a qué velocidad, abordando elementos inherentes al paradigma del desarrollo sostenible, como la perspectiva holística y transversal, la fijación de límites, la visión a medio-largo plazo, la medición de los logros en términos de eficiencia, etc. Estos deben servir para diseñar acciones dirigidas a lograr el fin último de la sostenibilidad turística, esto es, la mejora integral de la calidad de vida (bienestar) de las personas, en este caso, los que hacen turismo (viajeros), los residentes, los visitantes y los trabajadores (Figura 2); en este sentido, no hay que olvidar que el turismo es la actividad de la felicidad de «los que hacen turismo» y de «los que viven del turismo». En este punto surge un reto: tener que combinar la inmediatez o respuesta a las necesidades de la actividad turística con un proyecto de transformación como el que supone la Agenda 2030 que conlleva objetivos de largo plazo.

Figura 2. Conceptuación de la finalidad sostenibilidad de los destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, la alineación de los ODS trata de lograr la coherencia de tales políticas, programas y planes, con el fin de concretar y trasladar las estrategias nacionales —o de otra escala geográfica— a los ámbitos regionales y locales, con el fin de asegurar el logro de la sostenibilidad. También se trata de evitar contradicciones en los enfoques y acciones relativas a la sostenibilidad, así como lograr la necesaria complementariedad y coordinación interna —en el seno de los gobiernos— y multinivel —entre las diferentes esferas de gobierno—. La guía elaborada por Kanuri et al. (2016) propone: 1) identificar metas que sean relevantes para el territorio y factibles teniendo en cuenta las capacidades locales; 2) definir objetivos y metas que estén alineados con las responsabilidades del gobierno local; y 3) priorización de las metas en función de la urgencia de las brechas identificadas mediante un análisis basado en la evidencia empírica. Nosotros proponemos incluir una cuarta etapa consistente en la creación de grupos de trabajo conjunto entre las distintas Administraciones públicas y los sectores privados para alinear los planes locales y regionales con los ODS, movilizar los recursos locales con instrumentos de transparencia presupuestaria, así como establecer mecanismos de cooperación interadministrativa y de aprendizaje entre pares para mejorar la comprensión de enfoques, metodologías, estrategias, conocimientos e intercambio de buenas prácticas y herramientas para la implementación de la Agenda 2030 en los espacios turísticos.

La tercera perspectiva se refiere a la consideración de la localización como un procedimiento de adaptación de las metas globales de sostenibilidad de

la Agenda 2030 a las coyunturas y especificidades territoriales endógenas de cada destino, así como a las necesidades, intereses y aspiraciones de sus actores. Para ello, aunque la territorialización de los ODS requiere de una metodología *ad hoc*, existen referencias estandarizadas (Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014; Lucci, 2015; Foro de Cooperación para el Desarrollo, 2015; United Nations, 2015; Kanuri et al., 2016; Sustainable Development Solutions Network, 2016; Ayuso, 2017; Schmidt et al., 2017; Redaño y Rioja, 2017; Global Taskforce, 2018; Albuquerque, 2019; Liu, Bai y Chen, 2019; VV. AA., 2019; Varela, Álvarez y Cortés, 2020); especialmente relevante es la caja de herramientas (toolbox) para facilitar la localización de los ODS surgido de los «Diálogos sobre la Localización de la Agenda Post-2015», encomendados por el Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo y promovidos por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el Programa de Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (ONU Hábitat) y el Grupo de Trabajo Global de los Gobiernos Locales y Regionales para Post-2015 y Hábitat III. En España, destacamos los materiales que el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana pone a disposición de las entidades locales, la Guía para la localización de la Agenda 2030, derivada de la colaboración de la Secretaría de Estado de la Agenda 2030 y la Federación Española de Municipios y Provincias, así como los documentos elaborados por diferentes comunidades autónomas. Sin embargo, los documentos referidos a la localización de los ODS en destinos son más limitados, destacando Alba et al. (2017), UNWTO y UNDP (2017) y Azcárate et al. (2019).

#### 4. Conclusiones

La territorialización de los ODS, como parte de su localización, se plantea como un acelerador de la implementación de la Agenda 2030 (Oosterhof, 2018) al adecuar sus determinaciones a las singularidades de cada espacio turístico. Así, avanza su aproximación integral y holística al desarrollo sostenible. Contribuye a la visión local y territorial del desarrollo turístico. Resalta el rol de los gobiernos locales y regionales en la labor de ampliar el conocimiento y la apropiación ciudadana en relación con la sostenibilidad turística. Plantea la forma de implicación de las autoridades locales en la implementación de los ODS y la necesidad de que cada nivel de gobierno cuente con las capacidades para actuar en las responsabilidades de la aplicación de la agenda que le correspondan. Supone un proceso deliberativo sobre la priorización y adaptación de los objetivos relativos a la sostenibilidad a cada espacio turístico, de modo que se asegure que las políticas públicas tengan el apoyo de la sociedad, la planifica-

ción adecuada, la previsión de los recursos necesarios, así como el monitoreo y la evaluación de los resultados para facilitar la rendición de cuentas entre los diferentes actores. Potencia el carácter transversal y las sinergias que se generan entre los ODS, de modo que unos pueden contribuir, en mayor o menor grado, al logro simultáneo de varios. Por tanto, la territorialización de los ODS en los espacios turísticos debe, por una parte, contribuir a su cumplimiento y la apropiación de la Agenda en los mismos. Por otra parte, dada la complejidad y la no linealidad consustancial del ciclo de vida de cualquier política pública turística, la localización de los ODS en los destinos permite que la sostenibilidad esté presente a lo largo de la totalidad del proceso de su implementación. Ello permite la medición y cuantificación de los resultados en esta materia, bajo los criterios de relevancia y de desviación de los objetivos inicialmente planteados. En este último caso, el análisis del proceso permite comprender la razón por la que se tomaron las decisiones, determinar por qué las expectativas no se han cumplido, así como decidir una posible reorientación.

En definitiva, la localización de los ODS permite pasar de lo global a lo específico, de las voluntades y aspiraciones generales a las necesidades y prioridades locales en coherencia con el *motto* clásico del desarrollo sostenible: «piensa globalmente y actúa localmente». Asimismo, contribuye a que el proceso y el resultado final de la implementación de la Agenda 2030 sean la expresión de las necesidades, apuestas, proyección y prioridades de cada destino. De esta manera, la escala geográfica y las singularidades territoriales de los espacios turísticos se plantean como cuestiones claves en la implementación de la Agenda 2030.

## Referencias bibliográficas

- Alba et al. (eds.). (2017). *Transforming Tourism: Tourism in the 2030 Agenda*. ECPAT Alemania.
- Albuquerque, F. (2019). La localización de los objetivos de desarrollo sostenible y la financiación de la Agenda 2030. *Revista De Fomento Social*, (293), 77-104.
- Allen, C., Metternicht, G. y Wiedmann, T. (2018). Prioritising SDG targets: assessing baselines, gaps and interlinkages. *Sustainability Science* 8, 1-18.
- Ayuso, A. (2017). *Participación y rendición de cuentas en la localización de la Agenda 2030*. CIDOB, Centro de Pensamiento Global.
- Azcárate, T., Benayas, J., Nerilli, G. y Justel, A. (2019). *Guía para un turismo sostenible. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030*. Red Española para el Desarrollo Sostenible.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204-218.

Comisión Europea. (2013). *Herramienta del sistema europeo de indicadores turísticos para destinos sostenibles*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Font, X. (2017). What meaning for sustainability? Creating tourism impacts in a slippery policy context. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(2), 209-215. <https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1258514>

Foro de Cooperación para el Desarrollo. (2015). *La localización de la supervisión y la revisión de la Cooperación para el Desarrollo de la Agenda de 2030: prospectos y desafíos*. FCD-ECOSOC.

Global Taskforce of Local and Regional Governments. (2016). *Guía para la localización de los ODS. Implementación y monitoreo subnacional*.

Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2014). *Implementación de la Agenda para el Desarrollo después de 2015. Oportunidades a nivel nacional y local*.

Kanuri, C. et al. (2016). *Getting Started with the SDG in Cities. A guide for Stakeholders*. Sustainable Development Solutions Network-German Cooperation.

Lim, C. y Cooper, C. (2009). Beyond Sustainability. Optimising Island Tourism Development. *International Journal of Tourism Research*, 11(1), 89-103.

Liu, S., Bai, J. y Chen, J. (2019). Measuring SDG 15 at the county scale. Localization and practice of SDGs indicators based on geospatial information. *International Journal of Geo-Information*, 8(11), 515.

López, F., Torres, A., Font, X. y Serrano, D. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (77), 428-461. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2547>

López, F., Vera, J. F., Torres, A. y Ivars, J. (2022). *El turismo, ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario*. Universitat de València. <http://dx.doi.org/10.7203/PUV-OA-863-4>

López, Y. y Pulido, J. I. (2014). Incorporating sustainability into Tourism policy. A strategic agenda for Spain. *European Journal for Tourism Research*, 7, 57-78.

Lucci, P. (2015). *Localising the post-2015 agenda. What does it mean in practice?* ODI.

Oosterhof, P. (2018). Localizing the sustainable development goals to accelerate implementation of the 2030 Agenda for sustainable development. *The Governance Brief*, (33), 1-14.

Peñarrubia, M. P. y Simancas, M. (2020). Análisis multiescalar de las fuentes estadísticas públicas de Turismo. En M. Simancas y M. P. Peñarrubia (coords.), *El valor de los datos turísticos*, (pp. 183-212). Editorial Tirant Lo Blanch y Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna.

Pulido, J. I. y López, Y. (2011). Sostenibilidad de los destinos turísticos. En D. López y E. Del Valle (eds.), *La actividad turística española en 2010*, (pp. 231 -244). Centro de Estudios Ramón Areces y Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo.

Pulido, J. I. y Pulido, Mª (2015). ¿Sigue vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1315-1335.

- Redaño, M. y Rioja, A. (coords.). (2017). *Localizar los objetivos de desarrollo sostenible gobiernos y actores locales y provinciales en la implementación de la Agenda 2030. Una mirada desde Andalucía*. Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- Sanz, C. y Anton, S. (2014). The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies*, 16(4), 563-579. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.925965>
- Schmidt, G., Kroll, C., Teksoz, K., Durand-Delacre, D. y Sachs, J. D. (2017). National baselines for the sustainable development goals assessed in the SDG index and dashboards. *Nature Geoscience*, 10(8), 547-555.
- Stabler, M. (1997). *Tourism and sustainability: Principles and Practice*. CABI.
- Thiel, D. F. & Navarro, E. (2018). *Medición y análisis de la sostenibilidad. Indicadores sintéticos a través de métodos multicriterio y su relación con el turismo en el litoral de Andalucía*. Síntesis.
- Torres, A. y Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: a review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31-47.
- United Cities and Local Governments. (2015). *The sustainable development goals. What local governments need to know*.
- United Cities and Local Governments. (2019). *Towards the localization of the SDG*.
- UNWTO y UNDP. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals*.
- Varela, F., Álvarez, B. & Cortés, J. (2020). *Guía para la localización de la Agenda 2030*. Secretaría de Estado para la Agenda 2030 y Federación Española de Municipios y Provincias.
- Vera, J. F. (coord.). (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. [Documentos de trabajo - Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante].
- Vera, J. F. y Baños, C. (2016). La dimensión territorial del turismo. Los objetos de la ordenación territorial de áreas turísticas: la definición del sistema turístico. En M. Simancas (coord.), *La planificación y gestión territorial del turismo*, (pp. 51-84). Síntesis.
- Wheeler. B. (1993). Sustaining the ego. *Journal of Sustainable Tourism*, 1, 121-129.



# La transición desde la perspectiva de la competitividad turística

---

# ODS y empresas turísticas: necesidad y oportunidad

---

**Vanesa Rodríguez Vindel**

*Directora de Comunicación y Relaciones Institucionales  
del Pacto Mundial de la ONU España*

### 1. Introducción

La Agenda 2030 es la agenda de la humanidad, y el turismo es una actividad tan propia de los humanos que es automáticamente considerado una palanca clave para alcanzar las metas del desarrollo. De hecho, dentro de los 17 ODS de la Agenda 2030, es uno de los pocos sectores que gozan de referencia expresa en 3 de los Objetivos.

Los 3 retos directamente enunciados en la Agenda se recogen en: la meta 8.9 enfocada en el desarrollo de políticas y prácticas que promuevan el turismo sostenible, la meta 12.b sobre la elaboración de instrumentos de vigilancia para lograr un turismo sostenible y la meta 14.7 referente al desarrollo de pequeños Estados insulares a través de una gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo. Las empresas consultadas por el Pacto Mundial señalan además como el reto más acuciante para ellas lo que se estipula en la meta 13.2 sobre incorporar medidas relativas al cambio climático en políticas, estrategias y planes nacionales.

Cuando el Pacto Mundial de Naciones Unidas, que es la mayor iniciativa de sostenibilidad empresarial del mundo, se planteó en España emprender un trabajo sectorial orientado a la Agenda 2030, el turismo fue su primer proyecto de estas características, habida cuenta de la importancia del sector sobre las economías, las culturas, el planeta y, por consiguiente, su impacto potencial.

El turismo permite además materializar el llamamiento que los ODS hacen a trabajar en alianza todos los actores: sector público, empresarial, académico, sociedad civil y organismos de las Naciones Unidas. Esto implica, por una parte,

que las empresas turísticas pueden contar con un marco de apoyo multidisciplinar y con interlocutores válidos en todos sus grupos de interés. Pero también que las expectativas de estos grupos hacia ellas son altamente cualificadas.

El trabajo del Pacto Mundial está muy enfocado, entre otros aspectos, a potenciar al máximo el papel de las empresas: que no solo estén a la altura de los desafíos que el desarrollo sostenible les plantea, aumentando sus impactos positivos y mitigando los negativos, sino que encuentren en los ODS oportunidades de negocio.

## 2. Oportunidades y retos de la Agenda 2030 en el sector turismo

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible llaman a todos los actores del planeta a contribuir al cambio para alcanzar un horizonte sostenible en 2030: Administraciones públicas, sociedad civil, mundo académico y empresas. Pero en el caso concreto de estas últimas, además de mitigar sus impactos negativos, pueden encontrar oportunidades de negocio salvando el gap que marcan las metas de la Agenda 2030 respecto al momento presente. Introducir el desarrollo sostenible en el negocio es el camino correcto a seguir, independientemente de posibles actuaciones de acción social. Las empresas pueden ser un motor de transformación cuando se aplican nuevos modelos de hacer negocios desde el core de la gestión empresarial.

Una gestión sostenible basada en los ODS brinda a las empresas turísticas oportunidades genéricas que podrían afectar a todo el sector privado. Entre ellas, la posibilidad de adelantarse a nuevas normativas; lograr opciones comerciales con Administraciones públicas o como proveedores del sector privado; ahorrar en costes; interactuar en un marco global compartido con actores públicos y privados o potenciar el compromiso de las personas trabajadoras con propósito.

Pero, además, el marco actual hace que se perfilen otras oportunidades concretas, de alcance sectorial, entre las que se pueden destacar tres. Por un lado, al aumento de productos ligados a modalidades de turismo respetuosas con el entorno, que prioricen la reducción de emisiones, la adecuada gestión de los residuos y la protección del entorno natural. Esto, sin duda, repercutirá en la demanda, pues cada vez más turistas están dispuestos a pagar más por hospedarse en hoteles más respetuosos con el medioambiente o en hoteles ecológicos.

Por otra parte, la Estrategia de Turismo Sostenible de España contempla la transición del sector hacia nuevos nichos como el ecoturismo, turismo cultural o

turismo enogastronómico, alternativas al turismo tradicional que representan una clara oportunidad para renovar el sector en base a opciones respetuosas con el entorno, rentables para la empresa y atractivas para los viajeros.

En tercer lugar, la I+D+i se presenta como otra de las grandes oportunidades para el sector turístico, que permitirá la modernización del sector a través de la investigación y desarrollo de soluciones de sostenibilidad. Hay que tener en cuenta que muchas de las innovaciones necesarias para solucionar los retos de la Agenda 2030 aún no existen. Es por tanto fundamental que las empresas de todos los sectores impulsen la innovación para desarrollar nuevas tecnologías, productos, servicios, soluciones y procesos que faciliten la consecución de los objetivos globales y que, además, estas innovaciones puedan ser replicables por otras organizaciones y desbloqueen nuevas oportunidades de negocio a nivel sectorial.

Desde el punto de vista de los retos, se puede hacer una aproximación semejante. Existen unos retos generales para las empresas, tales como: mejorar los indicadores y la medición de los impactos en sostenibilidad, fijar objetivos cuantificables o reducir los recursos en los procesos. Tres de los retos concretos del sector a resaltar serían: la identificación e integración de los ODS prioritarios en las estrategias y modelos de negocio, principalmente de las pymes que conforman el sector. Cuestión que puede resultar compleja y requerir de tiempo y personal del que muchas veces las empresas no disponen.

En relación con los impactos ambientales, la reducción de huella de carbono representa un importante reto para el sector, que deberá establecer objetivos medibles y cuantificables que permitan a las empresas implicadas transitar hacia un objetivo común: ser neutras en carbono.

Finalmente, la pandemia de la covid-19 supone todavía uno de los principales retos para el sector en la actualidad. Será fundamental mantener un enfoque basado en la sostenibilidad, aun con las urgencias que la recuperación económica imprime.

### 3. Cómo abordar los retos del sector turismo

No hay fórmulas mágicas para superar los desafíos que marca la Agenda 2030. En el caso de las empresas, hay una base de fórmula magistral, que luego cada usuario tendrá que personalizar. Base que incluiría ingredientes como la transparencia, el trabajo en alianza, el compromiso de alta dirección, la fijación de objetivos cuantificables y con límite de tiempo o involucración de toda la plantilla.

Aparte de la visión macro, teniendo en cuenta la situación actual, se podrían hacer diez sugerencias para que las empresas turísticas contribuyeran a tener un impacto colectivo favorable, según cada ODS.



**ODS 5.** Garantizar la igualdad de salarios y oportunidades a las mujeres, reforzar su protección jurídica y promover el liderazgo femenino en el sector.



**ODS 8:** Consolidar una oferta de empleo de calidad y a largo plazo, y ofrecer oportunidades para jóvenes, personas con discapacidad o colectivos en riesgo de exclusión.



**ODS 9:** Apostar por la innovación y la transformación digital para generar una oferta turística más eficiente, inclusiva y sostenible, que dé lugar a un turismo inteligente.



**ODS 11:** Preservar los destinos, promover la cultura y los productos locales, y promocionar las ciudades y los transportes sostenibles.



**ODS 12:** Implantar criterios de economía circular en la cadena de valor de las empresas del sector y promocionar pautas de consumo sostenible entre los turistas.



**ODS 13:** Impulsar medidas contra el cambio climático y sensibilizar a los grupos de interés de las empresas del sector.



**ODS 14:** Conservar y utilizar de forma responsable el océano, los mares y los recursos marinos.



**ODS 15:** Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres para preservar la biodiversidad de los destinos.



**ODS 16:** Introducir procesos de transparencia en las empresas del sector, que garanticen entornos seguros con los derechos humanos y eviten prácticas corruptas.



**ODS 17:** Promover el intercambio de conocimiento a través de alianzas estratégicas entre empresas, gobiernos, sociedad civil y universidades, para multiplicar el impacto.

## 4. Conclusiones

Las empresas fueron consideradas desde la aprobación de la Agenda 2030 como agentes de desarrollo. El sector turístico ha recibido gran parte de los focos de la atención de los ODS, puesto que es citado en varias ocasiones, lo que no ocurre con otros sectores.

Por las oportunidades y desafíos que le son propios, destaca el hecho de que es un sector tradicionalmente constituido, organizado, multiactor y consciente. Y todas las partes pueden y deben responsabilizarse de contribuir a un enfoque sectorial, dado que los desafíos son tan grandes y urgentes que las acciones en solitario no pueden ofrecer soluciones. Los impactos individuales y aislados de las empresas no conseguirán por sí solos generar el suficiente impacto como para poder alcanzar los ODS a tiempo, pero la colaboración entre las empresas de un mismo sector sí puede propiciar una transformación sistémica que impacte en la economía a nivel global y local. Luego, actuar con enfoque sectorial es un acierto y una ventaja en sí misma.

Por otro lado, el sector del turismo es uno de los referentes para el trabajo en el ODS 14 sobre vida submarina. El objetivo menos trabajado por todas las empresas a nivel internacional. Posicionar su acción en torno a su contribución a los océanos, así como optimizar las oportunidades de negocio que se deriven, es una oportunidad casi en exclusiva para las empresas del sector.

Hay un concepto cada vez más en boga en el sector de la sostenibilidad y es la cuestión de la doble materialidad, que aquí cobra mucho sentido porque engarza con el papel de las empresas como agentes de desarrollo en el marco de la Agenda 2030: las empresas turísticas no solo están llamadas a gestionar sus riesgos, sino que potencialmente pueden aprovechar las necesidades que el desarrollo sostenible señala para convertirlas en oportunidades de negocio. La Agenda 2030 necesita a las empresas para hacerse realidad. Pero las empresas también necesitan transformarse para convertir los desafíos en oportunidades.

## Referencias bibliográficas

Pacto Mundial de la ONU España. (2016). El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos.

Pacto Mundial de la ONU España. (2021). El sector turístico: contribuyendo a la Agenda 2030. Sostenibilidad, responsabilidad e innovación.

# Los retos de los productos consolidados

---

**Carlos Fernández Hernández**

*Profesor del Área de Economía Aplicada  
Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción

Los acelerados cambios que se viven en la sociedad contemporánea presentan desafíos que se traducen en nuevas formas de vida y tienen su impacto en las nuevas formas de turismo. La perspectiva de una transición hacia un turismo verdaderamente sostenible, aparece como el desafío central de adaptación en el modo de realizar la actividad turística, transitando del *tourism as usual* a una formulación comprometida con aspectos centrales asociados a seguridad, sostenibilidad, crisis climática, impactos negativos, masificación y globalización.

Los tiempos recientes, cargados de anomalías, con secuencia y recurrencia: pandemia de la Covid-19, guerra de Ucrania, las tensiones inflacionistas derivadas convertidas en inestabilidad económica, tensiones sociales y la muy agudizada emergencia climática, configuran retos globales para la sociedad, las economías, los destinos turísticos y los tomadores de decisiones.

Las preferencias de viajes de ocio por parte de los ciudadanos europeos para el 2022 (European Travel Commission, 2022), presentaban una distribución prioritaria hacia los productos turísticos: sol y playa, naturaleza y actividades al aire libre, escapadas en ciudad, y mar y costa. A ello sumaban, como nuevas preferencias fruto de las circunstancias recientes, atributos basados en destinos menos concurridos, clima agradable, ofertas atractivas y evitar multitudes. La popularidad de la naturaleza y los viajes al aire libre, con interés por el paisaje, siguen siendo una prioridad. En las preocupaciones resaltan la inflación de precios y las finanzas por un tercio de los entrevistados, y los aspectos de sostenibilidad y ambientales.

En las líneas que siguen, se realizará un análisis sobre dos productos consolidados: a) el producto de turismo de sol y playa y b) el producto de turismo rural y de naturaleza. En cada caso, se abordan los retos con sus áreas de impacto y, para cada elemento identificado, se desglosan propuestas de acción, basadas en ideas y lineamientos, a modo de pistas de presente-futuro.

## 2. Análisis de los retos y reflexiones sobre cómo abordarlos

### 2.1. El turismo de sol y playa

El turismo de sol y playa responde, principalmente, al modelo de turismo de masas con apoyo de turoperadores, integrando una gran miscelánea de subproductos turísticos del que España, y algunos de sus destinos de referencia, cuenta con un consolidado liderazgo internacional.

Se abordan en este producto desafíos resultantes de una competencia muy abierta, un entorno definido como volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA, en su acrónimo inglés), un marco de aceleración tecnológica y profunda transformación digital que afecta a modelos de negocio, la gestión de datos, la incorporación de inteligencia artificial, entre otros aspectos. Un producto en el que la transición hacia formas más sostenibles de turismo, determina retos en la adaptación hacia lo ecológico y renovable energéticamente.

El producto, no obstante, muestra gran resiliencia en esta etapa pospandemia, acrecentada con las «ansias» de viaje en la vuelta a la normalidad. Se aprecia una cierta ambivalencia: crecimiento en los destinos de referencia y a la vez el deseo por destinos menos concurridos, o la consolidación de nuevos nichos como el caso de los nómadas digitales.

Bajo estas características, solo cabe profundizar en la competitividad basada en la alianza con la sostenibilidad, dado el apoyo en recursos –más que en conocimiento e innovación tecnológica– en los que ha venido tomando su fundamento la actividad (sol, clima, playas, atractivos naturales, etc.). Algunas características de los turistas que eligen estos destinos las tomamos de Canarias, en las que priorizan los atributos: clima (93 %), seguridad (88 %), tranquilidad (87 %), mar (80 %); y, entre las actividades realizadas: pasear y callejear (78 %) y playa (68 %) (ISTAC, 2022).

Se propone, entre la variada gama de retos, abordar los siguientes: i) conectividad, ii) formación, iii) digitalización y iv) *overtourism*.

## **Conectividad y descarbonización**

Los destinos masivos tienen una gran dependencia de los desplazamientos masivos. Una circunstancia particular se produce en los destinos insulares frecuentemente especializados en esta modalidad turística, en la que el transporte aéreo es un elemento preponderante de la cadena de valor del modelo turístico.

La conectividad por tierra, mar y aire es un pilar de referencia de este producto, alcanzando su interés la dotación de infraestructuras de acceso (autovías, ferrocarril, puertos y aeropuertos), los mercados que conectan y las rutas y frecuencia que dispone. En los territorios insulares, se acotan las opciones de desplazamiento, por lo que uno de los elementos más sensibles es la dependencia de las aerolíneas y, por ende, de los turoperadores, máxime si la canalización principal de compras en el canal de distribución se produce por esta vía. Los retos específicos con preeminencia son:

- El mantenimiento de conectividad nacional e internacional en el contexto de los compromisos globales de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), considerando un esfuerzo permanente de captación y mantenimiento de mercados y rutas. Ello debe conllevar medios de transporte más eficientes energéticamente –lo que ha ocurrido y continuará en el futuro–, por lo que el desafío resulta de un hipotético incremento global de *pasajeros-kilómetros recorridos* incapaz de contener un crecimiento en las emisiones. El equilibrio en zonas continentales debe contemplar la reducción de emisiones con alternativas de transportes más eficientes y supone alcanzar compromisos en la formulación de estrategias que no comprometan necesariamente la conectividad.
- La conveniencia de cambios de comportamiento del turista en relación con el número de viajes, que conlleve minoración de emisiones, con estrategias de alargamiento de la estancia y el encadenamiento de visitas en destino por alcance. En el caso de islas en archipiélagos, la promoción de visitas a más de una isla en un único desplazamiento turístico desde el punto de origen.
- La estrategia de descarbonización –traducida en medir las emisiones, reducirlas y buscar las mejores opciones de compensación– ha de dar prioridad a procesos de descarbonización en toda cadena de espacios críticos y relevantes y, en su caso, establecer límites a la ecuación total *personas-kilómetros*. Involucrar a las organizaciones turísticas en planes de reducción de huella y al turista en planes-experiencias alineadas con estas estrategias de

reducción deben ser creadas (sistemas de movilidad sostenible en destino, acciones de reforestación, etc.), considerando, además, la disposición potencial favorable a estas acciones por los turistas<sup>1</sup>.

### **Formación**

La acelerada transformación de la actividad turística, la irrupción de las TIC y el proceso de digitalización, impacta de lleno en las características necesarias de los profesionales involucrados en la actividad. La permanente actualización y perfeccionamiento profesional es requisito para una mejora de la productividad y por la contribución al empleo de la actividad turística. Las cuotas de desempleo se asocian frecuentemente a carencias de cualificación, bajo emprendimiento y dificultades para impulsar actividades diversas y diversificadoras en el marco del turismo. Los retos específicos han de contemplar:

- Ajuste en los programas y procesos educativos respecto a las necesidades de cualificación, en términos del análisis de la sobre y subcualificación que pueda estar presente en el mercado.
- La mejora en el aprendizaje de idiomas y la formación en TIC, así como recursos digitales. La educación en el ámbito de la formación profesional con formación dual, desempeñada en centros de trabajo, e impartición bilingüe es un avance en esta dirección.
- La orientación de estrategias de potenciación del emprendimiento turístico en el sistema educativo que permita ampliar el marco de opciones de negocio y desarrollos con diversificación interna en el sector.
- La formación también tiene un papel relevante en una característica en este sector y producto turístico, cual es la brecha de género, más acentuada que en otros sectores (Segovia-Pérez y Figueroa-Domecq, 2018).

### **Transformación digital**

La aceleración de la irrupción de las tecnologías en la cadena de valor turística tiene un acentuamiento notable con la digitalización. Además de la transformación de los modelos de negocio imperantes, la mejora de la eficiencia provocada la convierte en un componente de transformación y productividad de primer orden.

---

<sup>1</sup> En Canarias, un 68 % de los turistas consultados por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC, 2022) manifiestan una disposición a pagar más por servicios y productos que contribuyan a reducir la huella de carbono.

La mejora de los recursos, equipamientos y de usos de las TIC en las empresas turísticas (conexión a internet, disposición y acceso a tecnologías, firma digital, etc.) son tan básicos como mejorar en los marcos globales que permitan modernizar los destinos en su conjunto a través de estrategias de *Destinos Turísticos Inteligentes*. Entre las propuestas se consideran:

- La aplicación de innovaciones tecnológicas y digitales en las empresas turísticas que contribuyan a mejorar la eficiencia, con sistemas de apoyo institucionales que favorezcan su adopción, ayudando a la mejora de la prestación del servicio y la personalización de las experiencias de los turistas.
- La generalización de aplicaciones de gestión de datos y el análisis de la huella digital, que sean favorecedoras de mejoras de eficiencia en la gestión de recursos, las necesidades de movilidad y los mecanismos de comunicación con los clientes. La gestión inteligente de destinos debe permitir estrategias a diversas escalas de integración y análisis de fuentes y datos, que permita mejorar diseños y sistemas de gestión en destinos y productos.

### **Overtourism**

En los destinos consolidados de sol y playa, característicos por recibir una alta afluencia de turistas en un reducido espacio físico y, en determinados casos, temporal, se ha de considerar el fenómeno del *overtourism* como un poderoso desafío que afecta a la población residente, las relaciones sociales y económicas, y la sostenibilidad en sus tres dimensiones social, económica y ambiental.

Una amplia relación de efectos tiene su origen en este fenómeno, entre ellos el rechazo al turismo o la pérdida de tolerancia hacia el mismo y al propio turista. Como resultado, un amplio catálogo de problemas que involucran tanto al turista como a la población residente entre los que se encuentran: congestión en áreas específicas (atractivos relevantes, calles céntricas y comerciales, etc.), colas para el acceso a los servicios, tráfico saturado con prolongadas retenciones, entre otros. Las propuestas específicas a considerar, en este caso, son:

- La gestión de la afluencia turística desde una efectiva valoración de la capacidad de carga y capacidad de asimilación por parte de la población local con estrategias y mecanismos disuasorios ha de ser considerada. La estacionalidad turística puede incrementar la masificación, agravando problemas de transporte y movilidad con implicaciones en consumo, costes, impactos y satisfacción de turistas y residentes. El acotamiento de áreas de

tráfico a vehículos de bajas o nulas emisiones, el emplazamiento de aparcamientos disuasorios y vehículos lanzadera, vías de movilidad alternativa (bicicleta, patín, etc.) y adecuados sistemas de transporte público deben paliar los efectos negativos.

- El *overtourism* se ha de poner en relación con algunos indicadores de la sostenibilidad, valorados por los turistas: reciclaje en los establecimientos, uso de energías renovables, ahorro de agua, etc. Del mismo modo, elementos valorados por los residentes: percepción del sentimiento «antiturista» (Pearce, 2018), entre otros, han de ser explorados.

## 2.2. El turismo rural y de naturaleza

Los productos turísticos vinculados al medio rural y de naturaleza contemplan un amplio catálogo de experiencias que se hibridan y complementan, disponiendo una alta capacidad de dinamización turística, que se han consolidado en nuestro país a lo largo de las dos últimas décadas.

Aunque los destinos son muy diversos, múltiples productos se asientan en entornos de alto valor cultural y natural, dotados de gran diversidad y atractivo. Las áreas de desarrollo rurales acarrean viejas inercias y nuevas tensiones (despoblamiento y envejecimiento demográfico, carencia de relevo generacional, escasas oportunidades profesionales, ofertas muy atomizadas y brecha digital, entre otras), a las que se suman oportunidades, algunas reforzadas en la nueva etapa pospandemia (turismo en espacios abiertos y al aire libre, carácter no masificado, imagen saludable y sostenible, mayor conciencia hacia los productos locales y ecológicos, posibilidades de teletrabajo, etc.).

La amplia gama de productos —basados en la combinación de gran diversidad de recursos, con alto atractivo y un fuerte basamento en valores y elementos de autenticidad local— encuentran también elementos de fuerte y controvertida dinámica por la coexistencia de tipologías alojativas muy diferenciadas, con impactos y lógicas comerciales no siempre coincidentes, como es el caso del turismo rural y las viviendas turísticas. Este vasto y diverso producto turístico no dispone en España de un completo análisis de los impactos sociales, ambientales y económicos generados en lo que responde a alojamientos, actividades, productos y servicios, aunque es indudable la contribución a la diversificación productiva, la multifuncionalidad y la constitución hoy como un factor de impulso de la economía circular en este medio.

Con carácter general, se puede apuntar como retos que afectan al turismo rural y de naturaleza: i) el diferencial negativo de infraestructuras y equipamientos para el desarrollo de propuestas de ocio y de turismo que limitan el atractivo y competitividad en relación con el medio urbano, ii) el alto y diverso potencial de productos turísticos no siempre es acompañado por una oferta especializada, siendo en gran medida una producción mayoritaria para turistas generalistas con escasas propuestas de segmentación (poliproducción con combinado de actividades, descanso, visita a pueblos, disfrute de la gastronomía local, senderismo a entornos naturales, etc.), y iii) las implicaciones para la sostenibilidad que trae consigo la competencia de recursos entre las propuestas conducentes a la rehabilitación de patrimonio preexistente y el turismo en nueva construcción, fenómeno agudizado con la aparición de la vivienda vacacional.

Los elementos más valorados por los turistas rurales en la realización de los viajes son la abundancia de opciones de ocio al aire libre (63,8 %), la posibilidad de visitar un entorno cultural (47,8 %) y la riqueza gastronómica (41,6 %) (Escapada Rural, 2021)<sup>2</sup>. Entre los denominados ecoturistas, las actividades realizadas con mayor predominio son las rutas guiadas a los espacios naturales protegidos (33,5 %) y la realización de actividades deportivas (20,6 %) (Asociación de Ecoturismo en España, 2021).

Se consideran en el turismo rural y de naturaleza cuatro principales desafíos con sus correspondientes propuestas: i) fortalecer la identidad territorial, ii) impulsar la conexión emocional con el turista, iii) conectar con la oportunidad de transformación digital, y iv) profundizar en la sostenibilidad ante la situación de emergencia climática.

### ***Fortalecer la identidad territorial***

Este reto busca posicionar un turismo diverso y de alto potencial (espacios abiertos, no masivo, calidad ambiental, atractivo de paisajes, encuentro interpersonal auténtico, etc.), siendo propiciador de rentas directas al territorio, fomentando y sustentándose en una marca territorial integradora de elementos de valor, singularidad, identidad y autenticidad.

El sentido de pertenencia por parte de las personas prestadoras de servicios turísticos se considera un valor que, a ojos de los turistas, lleva a apreciar de un modo diferencial los recursos y el paisaje local. Alcanzar unas cotas de relevo generacional «autéctono», con capacidad de mantener activo el talento emprendedor y los recursos endógenos locales, es básico en una estrategia

<sup>2</sup> Escapada Rural (2021): resultados del observatorio de turismo rural.

turística sostenible de esta índole. Esta proyección de la identidad territorial, como base de un posicionamiento diferenciado, ha de lograrse fortaleciendo las cadenas de valor de producción rural basadas en sinergias locales (oferta alojativa, gastronomía local, actividades de ocio y deportivas, actividades agroalimentarias y artesanales, etc.).

El mantenimiento de las producciones agrícolas, la generación de una gastronomía sostenible y una atención al medio natural con aprovechamiento silvícola, producción ganadera y manejo del territorio son requisitos para fortalecer la multifuncionalidad rural, y esta concebirse como parte de la estrategia de adaptación al cambio climático, en particular, con los problemas de abandono de tierras, deforestación y riesgo de incendios forestales.

Una identidad territorial, moderna y conectada, con las estrategias más actuales de comunicación, debe tomar base en las singularidades y producciones con una personalidad y calidad más diferenciada. Entre los instrumentos de acción, el fomento de producciones locales, frescas y de carácter ecológico avaladas por sus referencias de garantía (kilómetro cero, agricultura ecológica, etc.). De otro lado, puede ser tomada la cobertura de calidad garantizada por las denominaciones de origen protegidas o geográficas, implantadas o con posibilidad de hacerlo en el territorio (DOP, IGP, etc.), así como otras certificaciones de turismo sostenible.

### ***Impulsar la conexión emocional con el turista***

La pandemia ha cambiado hábitos. De igual modo, las restricciones han provocado un déficit de ocio que se trata de cubrir como si de recuperar el tiempo perdido se tratase. El ahorro de tiempo de *no-viajes* se entremezcla con las nuevas restricciones y dificultades económicas para las clases medias. En todo caso, parece aflorar una ciudadanía más sensible a lo ecológico, al pensamiento crítico, desencantada y con gran énfasis emocional, interesada por la realización y disfrute de experiencias significativas y transformadoras (Carballo-Fuentes et al., 2015).

El medio rural y natural enfrentan un doble riesgo: el despoblamiento y vaciamiento en unos casos y, en otros, la turistificación y el «todo mercantilizado». Ambas situaciones alejan al medio rural y natural de su equilibrio deseable. Las experiencias auténticas, personalizadas, con implicación intensa sensorial son la base para una conexión emocional duradera del turista. De ahí que las experiencias turísticas hayan de ser facilitadas a partir de diseños de espacios de bienestar, encuentro personal, conjugando lo festivo y el relax saludable, con

«capturas de valor» que favorezcan el «descubrimiento del territorio y sus habitantes» frente al hiperconsumismo mayoritario que propician las actividades turísticas.

La activación de estas propuestas puede facilitar el disfrute-compromiso, sobre la base de un turismo responsable, impulsando:

- La participación en proyectos de custodia del territorio, activando un turismo con cariz ecológico y solidario.
- El apadrinamiento de componentes locales, culturales y naturales: senderos, árboles, cosechas, vinos, bodegas, jardines, etc.
- El adentramiento en redes de compromiso local: mercadillos, museos, exposiciones de productos locales, iniciativas de apoyo de economía circular.
- Las vivencias a través de paisajes de los sentidos: paisajes sonoros, de sabores, gastronómicos, etc.
- La participación en escuelas de interpretación paisajística, centros de voluntariado ambiental o iniciativas análogas.

### **Conectar con la oportunidad de transformación digital**

Lo rural permanece vivo en el imaginario como atractivo temático cultural y natural, a pesar del irreversible proceso de pérdida de recursos que lleva en sí la pérdida de demografía. En la pugna territorial por la inserción urbano-rural, la mejora de la conectividad digital en el medio rural, con servicios de apoyo a la comunidad local se ha convertido en prioridad. Emergen los *Rural Smart Tourism*, que requieren ampliar la extensión de la banda ancha de alta velocidad hasta alcanzar cotas máximas de la población. Se alinean en esta dirección:

- Propuestas de experiencias memorables para turistas, compatibles con la opción trabajo remoto, como elaboraciones locales de *afterwork* para nómadas digitales.
- Impulso a la comunidad digital local y sus capacidades digitales: redes de agentes, entornos inteligentes, estrategias de atracción de joven talento que supere la brecha digital y demográfica, etc. El soporte de lo público se hace en estos casos condición necesaria.
- Promoción de eventos que conecten con este tipo de demanda según segmentos de público (senderismo, astroturismo, enoturismo, etc.).
- Prestación de servicios básicos (*coliving*, *coworking* y centros de servicios digitales e informáticos, *living labs*, etc.) y actividades de apoyo y relacio-

nadas con el turismo (servicios de *transfer*, *deliver* y *take away*, guarderías, etc.).

- Desarrollo de iniciativas, como «Pueblos en remoto» acogedores de teletrabajadores, en base a propuestas de inmersión temática local (*welcome place digitales*, etc.), entre otras.

### **Profundizar en la sostenibilidad ante la situación de emergencia climática**

Los desafíos globales —en términos de emergencia climática— que aquejan al planeta, derivan en una agenda específica para la actividad turística general y en el medio rural y natural en particular. Las referencias de acción principal a considerar pueden ser algunas de las siguientes:

- La implementación de acciones dirigidas a la descarbonización de actividades y el diseño de sistemas de compensación, alineadas con procesos de manejo de las producciones locales con enfoque de economía circular.
- El diseño de buenas prácticas en alimentación y gastronomía sostenible o el impulso e implantación de comunidades energéticas locales que den paso a alojamientos turísticos ecoeficientes y construcciones bioclimáticas.
- El apoyo a los sistemas de certificación ambiental, de sostenibilidad, etc., (CETS, ISOs, etc.). Estos han de ser útiles para mejorar las prácticas de gestión y han de constituirse en capturadores de valor de propuestas responsables como reclamo al turista.
- Identificación de productos, empresas y organizaciones con una estrategia apropiada y fiable de localización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- El aprovechamiento de los sistemas de incentivos hacia las prioridades de actuación del *Mecanismo de Recuperación y Resiliencia* y del *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia* (Transición verde y sostenible, Eficiencia energética, Transformación digital y Competitividad) que pueden materializarse a través de oportunos *Planes de Sostenibilidad Turística en Destino* y de *Planes de Experiencias Turismo España*.

## **3. Conclusiones**

Como conclusión, el turismo de sol y playa —como producto consolidado de referencia en nuestro país— viene respondiendo en los últimos años, aunque de modo desigual, al reto de la obsolescencia y la necesaria modernización de destinos. Se han considerado retos con diversa orientación y alcance: conectividad, formación, digitalización y *overtourism*. Se imponen, además, nuevas

exigencias en la ordenación territorial que comportan la incorporación de sistemas de esponjamiento y menor densidad, la introducción de corredores y áreas relevantes de espacios verdes y una acción proactiva en mejora de la movilidad sostenible que contribuya a la descarbonización.

El producto de turismo rural y naturaleza —consolidado en las dos últimas décadas en base a su potencial natural, paisajístico y de cultura rural— presenta un considerable potencial de desarrollo. Los retos demográficos y de vacío poblacional pugnan con el nuevo atractivo de estos territorios dotados de conectividad digital y oportunidades de actividades deslocalizadas y de teletrabajo. Fortalecer la identidad territorial, atrapar emocionalmente al turista, impulsar la transformación digital, con una respuesta apropiada al nuevo pulso de la sostenibilidad derivada de la emergencia climática, se convierten en los retos-opportunidades de futuro de este producto turístico.

## Referencias bibliográficas

Apesteгуа, E. (2 de junio de 2021). La mejora en la eficiencia energética ¿Es efectiva en la lucha contra el cambio climático? *Fly News*.

<https://fly-news.es/industria/la-mejora-la-eficiencia-energetica-efectiva-la-lucha-cambio-climatico/>

Asociación de Ecoturismo en España. (2021). *Estudio sobre la demanda de ecoturismo en España. Resultados del Observatorio de Ecoturismo en España, 2021*.

Carballo-Fuentes, R., Moreno-Gil, S., León-González, C. y Brent-Ritchie, J. R. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuadernos de Turismo*, (35) 71-94.

European Travel Commission (2022). Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel. Wave 12.

[https://etc-corporate.org/uploads/2022/06/2022\\_ETC\\_MSIET\\_Results\\_Wave\\_12.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2022/06/2022_ETC_MSIET_Results_Wave_12.pdf)

ISTAC. (2022). *Encuesta de Gasto Turístico (2º trimestre 2022)*.

Pearce, P. L. (11-14 de marzo de 2018). *Limiting Overtourism; the desirable new behaviors of the smart tourist* [Documento PDF]. Foro de Inteligencia Turística T-Forum, Palma de Mallorca, Spain.

<http://tforum.today/2018/wpcontent/uploads/2018/03/Limiting-overtourism-the-desirable-newbehaviours-of-the-smart-tourist.pdf>

Segovia-Pérez, M. y Figueroa-Domecq, C. (2018). *Turismo y género. La perspectiva inclusiva en la gestión turística*. Editorial UOC.

## CAPÍTULO 8

# Innovación y modelos de negocio turísticos para la sostenibilidad

---

**Desiderio Gutiérrez Taño**

*Profesor de Comercialización e Investigación de Mercados  
Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción

Aunque el turismo constituye una de las actividades más relevantes de la economía y juega un papel muy importante en su crecimiento, también se le considera como un sector que tiene muchos efectos negativos a nivel social, medioambiental y económico.

El turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación a lo largo del tiempo, convirtiéndose así en una de las industrias más grandes y de mayor expansión en el mundo. Al mismo tiempo, un amplio número de estudios ha evidenciado que la actividad turística presenta una condición controvertida al revelarse que las actividades de este sector pueden resultar insostenibles desde el punto de vista social, económico y ambiental.

La Agenda 2030 de las Naciones Unidas y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) plantean una serie de retos que afectan directamente a la actividad turística para la sostenibilidad. La innovación y los cambios en los modelos de negocio pueden ser clave para lograr estos objetivos y garantizar un futuro sostenible para el turismo y las comunidades que dependen de él.

La sostenibilidad en el turismo abarca tres aspectos principales: el medioambiente, la economía y la sociedad. Por lo tanto, es importante que las empresas turísticas adopten prácticas y modelos de negocio que ayuden a proteger el medioambiente, que generen bienestar y que contribuyan a un desarrollo armónico de la comunidad.

En este sentido, adoptar una perspectiva de sostenibilidad es cada vez más importante en el desarrollo del turismo, ya que puede ayudar a impulsar la creación de valor. La implementación de estrategias más sostenibles por parte de empresas y destinos turísticos ayuda a reflejar las crecientes preocupaciones ambientales y sociales que influyen en el comportamiento y los patrones de consumo de los turistas.

Por otra parte, la tecnología, la reducción de emisiones y la digitalización son, entre otras, fuentes de innovación en los modelos de negocio y herramientas clave para lograr un sector turístico más sostenible.

En este capítulo se abordará una reflexión de las tendencias e innovaciones que actúan como un mecanismo potencial para integrar la sostenibilidad en los negocios. De hecho, los nuevos modelos de negocio pueden ayudar a desarrollar soluciones integradoras y competitivas ya sea reduciendo radicalmente los efectos externos negativos y/o creando efectos externos positivos para el entorno natural y la sociedad en su conjunto.

## 2. Análisis de retos

El concepto de ‘modelo de negocio’ hace referencia al conjunto de elementos y sus relaciones sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar y entregar este valor y capital relacional, con el fin de generar flujos de ingresos rentables y sostenibles.

Generalmente, se suele aceptar que estos elementos que permiten describir, analizar y diseñar modelos de negocios se agrupan en nueve bloques interrelacionados: propuesta de valor, clientes, canales comerciales y de comunicación, relaciones con los clientes, sistema de monetización e ingresos, infraestructuras, socios clave, actividades y costes generados.

Es de destacar, por otra parte, que las empresas y organizaciones turísticas están sometidas a tensiones para rediseñar y adaptar sus modelos de negocio para ayudar a desarrollar soluciones integradoras y competitivas que reduzcan los impactos negativos, y creen efectos positivos para el entorno natural y la sociedad en su conjunto. Estas tensiones provienen de distintos actores (clientes, residentes, proveedores, empleados, gobiernos y la propia empresa) y de alguna manera afectan a uno o a varios de los bloques del modelo de negocio.

En primer lugar, los turistas, cada vez con mayor conciencia social y medioambiental y conscientes de los impactos del turismo en el medioambiente y las comunidades locales, están exigiendo opciones turísticas más sostenibles y responsables. Muchos turistas prefieren alojamientos, restaurantes y actividades turísticas que tengan un compromiso explícito con la sostenibilidad y el turismo responsable. La demanda de los turistas por opciones turísticas sostenibles puede influir en la oferta de los operadores turísticos, impulsando a las empresas turísticas a adoptar prácticas más sostenibles para satisfacer la demanda.

Por otra parte, es cada vez más común que los residentes de destinos turísticos presionen a las empresas turísticas para que adopten comportamientos más sostenibles. Esto se debe a que los residentes a menudo experimentan los impactos negativos del turismo en su comunidad, como puede ser el aumento del coste de la vida, el incremento de problemas sociales, la congestión del tráfico, la contaminación, el ruido y la gentrificación.

Igualmente, el compromiso de los empleados de las empresas turísticas con la sostenibilidad puede ayudar a impulsar la adopción de prácticas sostenibles en toda la organización. Puede proporcionar retroalimentación a la gerencia de la empresa sobre las prácticas sostenibles actuales y sugerir oportunidades para la adopción de nuevas prácticas sostenibles.

También los proveedores y comercializadores pueden desempeñar un papel importante en la promoción de comportamientos sostenibles en las empresas turísticas al ofrecer productos y servicios sostenibles, al fomentar prácticas sostenibles en la cadena de suministro, proporcionar información, así como al participar en programas de sostenibilidad conjuntos y comunicar los beneficios de la sostenibilidad.

Obviamente, los Gobiernos y Administraciones públicas, a través de la legislación y de las regulaciones, juegan un papel fundamental y esencial en la exigencia de prácticas respetuosas al conjunto de operadores relacionados con la actividad turística, ya que pueden penalizar prácticas negativas y fomentar y promover el turismo sostenible, ofreciendo incentivos y apoyos financieros a las empresas responsables.

Finalmente, también las propias empresas turísticas pueden ser conscientes de que al operar de manera sostenible pueden reducir su impacto negativo en el medioambiente y pueden contribuir de manera positiva al desarrollo económico. De esta manera, la responsabilidad social corporativa puede ser una moti-

vacación importante para que las empresas turísticas adopten comportamientos sostenibles y, además, puede ser un factor importante en la reputación y la imagen de la empresa.

En línea con estas demandas de los grupos de interés y en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), las tendencias de innovación en los modelos de negocio de las empresas y organizaciones turísticas se enfrentan a importantes desafíos, destacándose los siguientes:

- Asegurar que la producción y consumo de bienes y servicios se realicen de manera responsable y sostenible, reduciendo su impacto ambiental y promoviendo prácticas comerciales éticas.
- Ser compatible y tomar medidas para la conservación de la biodiversidad terrestre y la protección de la vida submarina.
- Promover el empleo decente y el crecimiento económico, especialmente en las comunidades locales, y garantizar que sus actividades turísticas se realicen de manera equitativa y sostenible.
- Abordar la crisis climática mediante la reducción de sus emisiones de gases de efecto invernadero y la adopción de prácticas sostenibles en todas sus operaciones.

### 3. Reflexiones sobre cómo abordarlos

Para abordar estos retos analizados y cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las empresas turísticas deben innovar en sus modelos de negocio y adoptar prácticas sostenibles en todas sus operaciones. Esto incluye reducir su impacto ambiental, proteger la biodiversidad, promover el empleo decente y el crecimiento económico sostenible, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, utilizar la tecnología y la digitalización para estos objetivos, fomentar los vínculos y sinergias entre actividades económicas, y considerar y compaginar los intereses de clientes, residentes y trabajadores del sector.

A continuación, y a modo de identificación, se presentan algunas de las innovaciones más relevantes en los modelos de negocio que afectan a la sostenibilidad y se analizan sus implicaciones.

#### 3.1. Eficiencia energética

La implementación de medidas de eficiencia energética en los modelos de negocio turísticos puede tener varios efectos positivos, entre los que se incluyen

la reducción de costes, mejora de la reputación, diferenciación en el mercado, etc. Estas medidas incluyen, por ejemplo, la instalación de sistemas de iluminación led, la regulación de la temperatura en los edificios, la utilización de equipos energéticamente eficientes, de soluciones de automatización energética y de iluminación inteligente, o la instalación de sistemas de generación con energías alternativas como fotovoltaicas, sistemas de reducción de consumo de agua, reciclaje, entre otros. La gestión de datos y la inteligencia artificial pueden optimizar aún más todas estas medidas de eficiencia energética.

### **3.2. Reducción de emisiones**

El turismo es una de las industrias que más contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero y existe un importante margen de maniobra para que los negocios turísticos adopten medidas para reducir sus emisiones y mejorar su sostenibilidad. Los negocios turísticos pueden utilizar y promover el uso del transporte sostenible, como bicicletas, transporte público y vehículos eléctricos. Igualmente se empiezan a desplegar de forma importante tecnologías de transporte inteligente y optimización de rutas. Además, a modo de ejemplificar posibilidades, se están desarrollando plataformas de Movilidad como Servicio (MaaS) que permiten ofrecer a los ciudadanos y turistas, de manera integrada en una única app, toda la oferta de medios de transporte públicos y privados, así como zonas de bajas emisiones. Por otra parte, una innovación importante —por el gran impacto negativo que genera la aviación— es que en los próximos años se espera la utilización progresiva de aviones alimentados con Combustible de Aviación Sostenible (SAF) o con hidrógeno.

### **3.3. Digitalización e inteligencia artificial**

La digitalización y la inteligencia artificial están teniendo y previsiblemente van a tener un gran impacto en los procesos de innovación y aparición de nuevos modelos de negocio más sostenibles, a través, por ejemplo, de la personalización de la experiencia del cliente o la utilización de sensores para monitorizar y optimizar muchos de los procesos de las empresas turísticas (gestión de residuos, automatizar los procesos de clasificación, reciclaje y eliminación de residuos, gestión del agua...). Las tendencias que se observan tienen que ver con la implantación de tecnologías, como puede ser el 5G, también con coberturas en interiores, que permiten ofrecer una amplitud de servicios con diferentes capacidades de red, como traducción simultánea o servicios de retransmisión de vídeo por *streaming*; reformulación del modelo de negocio de los viajes ante la

llegada de la inteligencia artificial por algunos de los grandes operadores como puede ser Google; realización de transacciones seguras mediante *blockchain*, utilización de soluciones inteligentes para distintos procesos para automatizar tareas y ahorrar tiempo, por ejemplo, *revenue accounting* que permite a las empresas turísticas la gestión de reservas y colas virtuales en servicios como restaurantes, el pago con QR, la realización de pedidos, así como la posibilidad de conocer en tiempo real sus ingresos o la valoración del servicio por parte de los clientes mediante la funcionalidad de encuestas para detectar posibilidades de mejorar la experiencia.

#### **3.4. Realidad virtual, aumentada, mixta y metaverso**

Las tecnologías de realidad virtual, aumentada, mixta y metaverso pueden ser herramientas muy útiles para promover y apoyar el turismo sostenible. En la creación de experiencias inmersivas en los distintos momentos del proceso (en la planificación del viaje, en los procesos de reserva, de disfrute y posteriores al viaje), podría mostrarse la importancia de la sostenibilidad en el turismo, lo que ayudaría a crear conciencia y fomentar prácticas más sostenibles en los destinos turísticos.

#### **3.5. Vínculos y sinergias entre actividades económicas**

El desarrollo de innovaciones más sostenibles en el sector turístico depende en gran medida de la sinergia y los vínculos que se puedan generar entre las diferentes actividades económicas. Ejemplos de esto pueden ser los relativos al planteamiento de la oferta de una alimentación sostenible basada en producciones agrícolas y ganaderas locales, ecológicas y de proximidad; y también el fomento de la industria local, de la artesanía, etc.

#### **3.6. Fomento de la sostenibilidad cultural y social**

Los negocios turísticos con orientación sostenible pueden fomentar la sostenibilidad cultural y social apoyando a las comunidades locales, preservando las prácticas culturales autóctonas y la conservación de la cultura local. Se pueden ofrecer experiencias turísticas que promuevan la conservación de la cultura local y las tradiciones, *tours* culturales que muestren la historia y las costumbres de la comunidad local, o festivales y eventos culturales que destaquen la cultura local. Igualmente podría priorizarse la contratación de personal local, la compra de productos y servicios locales, y la colaboración con organizaciones locales para el desarrollo de proyectos comunitarios, así como fomentar la educación y la conciencia, explicando a los residentes las actuaciones llevadas a cabo.

### 3.7. Barreras para el desarrollo de las innovaciones orientadas a la sostenibilidad

No obstante, la implantación de estas tecnologías y mejoras en los procesos pueden tener importantes barreras para su desarrollo en el sector turístico. Entre otros, se puede destacar los problemas de la confidencialidad y del acceso a datos personales, el requerimiento de información actualizada y en el momento, y los costes, que excluirá a muchas empresas de viajes, salvo a las más grandes. Como ejemplo concreto, en la actualidad, solo las grandes empresas cuentan con los presupuestos de I+D, la potencia informática y los recursos y capacidades necesarios para hacer posible la inteligencia artificial real.

## 4. Conclusiones

La innovación en los modelos de negocio turísticos actuales y la aparición de nuevos modelos orientados al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible puede tener varios efectos positivos, entre los que se incluyen los siguientes.

- Reducción de costos operativos de los negocios turísticos mediante la implementación de medidas orientadas a la sostenibilidad que reduzcan el consumo de energía y otros factores productivos.
- Mejora de la imagen corporativa en los negocios turísticos sostenibles al ser más atractivos para los viajeros conscientes del medioambiente y a su vez, esto puede generar una mayor lealtad y recomendaciones positivas de los clientes, lo que se traduce en mayores ingresos.
- Cumplimiento de regulaciones que imponen muchos Gobiernos y organizaciones relacionadas con la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Los negocios turísticos que cumplen con estas regulaciones pueden evitar multas y sanciones, y también pueden aprovechar los incentivos y beneficios ofrecidos por el Gobierno.
- Posicionamiento claro y relevante desde el punto de vista del *marketing* al poder diferenciarse de la competencia y destacarse en el mercado, atrayendo a nuevos clientes y aumentando la cuota de mercado.

La innovación en los modelos de negocio turísticos y la adopción de prácticas sostenibles también puede tener efectos muy positivos en la actitud de los residentes del destino. Estos pueden percibir mejoras palpables en la economía local al ver que las empresas y proveedores locales se ven favorecidos por estas prácticas, lo que puede generar un aumento de los ingresos y del empleo

en la región. Esto también puede mejorar las relaciones entre los turistas y los residentes, lo que tiene efectos en un turismo más auténtico y enriquecedor ya que los visitantes tienen la oportunidad de conocer y aprender de la cultura y la vida local; y, además, por otra parte, se puede contribuir a mejorar la calidad de vida de los residentes del destino implementando prácticas sostenibles como la reducción de residuos, la gestión responsable del agua y la energía, y la conservación de la biodiversidad. En definitiva, los residentes pueden tener una actitud más positiva hacia la actividad turística y favorecer un desarrollo más armónico y en convivencia, facilitando procesos de emprendimiento y aprovechamiento económico de los recursos locales.

# Turismo sostenible en la era de la digitalización y la inteligencia artificial

---

**Jacques Bulchand Gidumal**

*Catedrático de Empresa y Turismo Digital  
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

### 1. Introducción

En la transición hacia un turismo más sostenible, resulta interesante analizar la contribución que puedan realizar las tecnologías digitales y la inteligencia artificial a este proceso. Es decir, analizar el impacto de la digitalización en la sostenibilidad del sector turístico. Con frecuencia, se asume una visión tecnooptimista o tecnoentusiasta, no basada en la ciencia, según la cual la digitalización y la inteligencia artificial serán positivas en general, siempre que seamos capaces de resolver determinadas cuestiones como la transparencia de los algoritmos de inteligencia artificial, evitar los sesgos en los sistemas o el coste de puesta en marcha de las tecnologías.

Pero la realidad se muestra mucho más compleja. Por ejemplo, imaginemos el caso de una aplicación desarrollada para unas gafas de realidad virtual. Esta aplicación puede causar un aumento del deseo del turista de acudir al destino. Si ese deseo posteriormente se traduce en una visita, puede tener efectos positivos económicos, pero también efectos negativos debido al transporte para llegar al destino, una visita a un entorno cultural protegido, u otros efectos potenciales negativos de la actividad turística en los destinos (Gössling, 2021).

Por lo tanto, los impactos de la digitalización y la inteligencia artificial en la sostenibilidad turística son múltiples y variados y deben ser examinados en detalle. En este capítulo, se presenta una aproximación al tópico, revisando todos estos posibles efectos.

## 2. Impacto de la digitalización en los ODS

Antes de comenzar a analizar en qué medida la digitalización puede contribuir en uno u otro sentido a mejorar la sostenibilidad del sector turístico, resulta conveniente realizar un primer análisis del posible impacto de la digitalización en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por cuanto, en principio, no parece lógico pensar que la digitalización pueda contribuir a todos y cada uno de ellos.

Así, por ejemplo, resulta complicado esperar que la digitalización pueda servir para poner fin a la pobreza (Objetivo 1) o para mejorar el Objetivo 2 relativo al hambre y la seguridad alimentaria. En cambio, sí que es posible esperar que la digitalización pueda tener un impacto importante en el Objetivo 4 (Educación) o el 8 (Crecimiento económico).

Globalmente, el impacto principal de la digitalización se podría dar en el Objetivo 3 (Salud), en el 4 (Educación), en el 8 (Crecimiento económico) y en el 10 (Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos). En general, en el resto de objetivos, en principio, resulta complicado encontrar un vínculo directo y significativo entre la digitalización y los mismos, a excepción de los objetivos 5, 12 y 13 que se comentarán a continuación.

En el Objetivo 5 (Igualdad de género y empoderamiento de la mujer) es necesario hacer la consideración de que, precisamente en el ámbito digital, es uno de los que en mayor medida se da la brecha de género con —entre otras realidades— cada vez menos mujeres matriculadas en carreras técnicas (Avolio et al., 2020). No se puede decir en este caso que la digitalización contribuya a los ODS, sino que se trata de más bien una cuestión inherente relativa a cómo se está desplegando la digitalización en la sociedad y que es necesario considerar y analizar.

Por último, resulta relevante hacer referencia a los objetivos 12 (Producción y consumo sostenibles) y 13 (Cambio climático) pues son aquellos que se intentará analizar en qué medida pueden verse afectados por la digitalización en el ámbito turístico.

## 3. Impactos de la digitalización y la IA en la sostenibilidad del sector turístico

Como ya hemos indicado anteriormente, el incremento de la digitalización en el sector turístico tendrá efectos positivos y negativos sobre la sostenibilidad del mismo. En este apartado vamos a detallar los mismos, explicando en cada caso cuál sería esa posible conexión entre la digitalización y la sostenibilidad

del sector turístico. Estos efectos los clasificaremos en función de tres ámbitos: económico, social y medioambiental.

### 3.1. Efectos positivos

Los posibles efectos positivos medioambientales de la digitalización en el sector turístico son los siguientes:

- *Transparencia.* La digitalización facilita que el cliente final tenga acceso a información sobre la sostenibilidad real de los productos turísticos, pudiendo elegir aquellos más sostenibles. Por ejemplo, en algunos buscadores de hoteles como Booking.com existe un selector para elegir aquellos hoteles que pertenecen a programas de viajes sostenibles («Alojamientos del programa de Viajes sostenibles»).
- *Visitas virtuales.* La tecnología permite llevar a cabo visitas virtuales a lugares de interés histórico o cultural sin necesidad de acudir físicamente a ese lugar. De esta forma, se podría preservar el patrimonio histórico. Es decir, utilizando unas gafas de realidad virtual es posible realizar una vista al Machu Pichu o a las Cuevas de Altamira, sin dañar los mismos.
- *Optimización de rutas.* La implantación de la inteligencia artificial, especialmente en todo lo que tiene que ver con el transporte de mercancías y de personas, permitirá reducir significativamente los atascos de tráfico, los tiempos de espera y la búsqueda de aparcamiento, que son algunas de las causas principales de las emisiones de CO<sub>2</sub> a la atmósfera (Yi et al., 2021).
- *Consumos energéticos.* En el sector turístico hay distintas maquinarias que consumen grandes cantidades de energía. La digitalización y la inteligencia artificial pueden ayudar a reducir esta cantidad de energía que se utiliza optimizando el uso de las máquinas. Por ejemplo, utilizando el aire acondicionado o la calefacción de forma inteligente e incluso aprovechando para su puesta en marcha momentos de alta producción de energías renovables, como pueden ser el sol y el viento, reduciendo así el consumo de energías fósiles. También, desarrollando redes eléctricas inteligentes y optimizando su funcionamiento.
- *Monitorización de la sostenibilidad.* La digitalización permite mejorar la monitorización del medioambiente, mostrando así al cliente y a los demás *stakeholders* del sector parámetros como la calidad del aire, las emisiones que se están produciendo o el tipo de energía utilizada en cada momento.

- *Difusión de mejores prácticas.* La digitalización y medios como las redes sociales permiten que tanto los viajeros como las empresas muestren las mejores prácticas que realizan en el ámbito de la sostenibilidad. A su vez, esto facilitará que estas mejores prácticas se puedan implementar en otras empresas y en otros destinos.

Por su parte, los posibles efectos positivos en el ámbito social serían los siguientes:

- *Evitar tareas pesadas y/o rutinarias.* La generalización de la robótica, la inteligencia artificial y la digitalización permitirá que los trabajadores puedan evitar desarrollar tareas pesadas, con un alto desgaste físico o bien tareas rutinarias de poco valor añadido para la organización y para el trabajador. Por ejemplo, limpieza de las habitaciones o de mecanización de datos.
- *Mejora de flujos de turistas.* La aplicación de algoritmos de optimización basados en IA permitirá mejorar el flujo de los viajeros en las visitas turísticas, optimizando así el uso de los espacios y mejorando globalmente la experiencia del turista en la visita al destino.

Por último, los efectos positivos de la digitalización en la sostenibilidad económica del sector turístico serían los siguientes:

- *Distribución del gasto turístico.* A través del uso de la digitalización y la inteligencia artificial, los turistas podrán descubrir nuevas áreas en el destino, nuevas actividades e incluso nuevos destinos, con lo cual se generará una mejor distribución del gasto turístico y más gente participará de los beneficios que el sector turístico ofrece a dichos destinos.
- *Trazabilidad de productos.* El uso de tecnologías como el *blockchain* permite garantizar y validar la información y la trazabilidad de los bienes y servicios. De esta forma, se puede garantizar al turista que el producto que está comprando es sostenible, proviene de comunidades locales y está teniendo un impacto positivo en el territorio que visita.
- *Previsión de la demanda.* La inteligencia artificial y el aprendizaje automático permiten mejorar las previsiones de la demanda, lo cual, a su vez, facilita ajustar adecuadamente los niveles de producción y, en definitiva, reducir la huella de carbono. Por ejemplo, y entre otros muchos, la cantidad y tipo de comida en el *buffet* de los hoteles, las zonas en funcionamiento de los hoteles o los horarios de apertura de las actividades.

- *Reducción de intermediarios.* Al menos desde un punto de vista teórico, la digitalización debería permitir a los turistas planificar y reservar sus viajes directamente con los proveedores locales. No obstante, en los ámbitos en los que está muy avanzada la digitalización (por ejemplo, la reserva de alojamientos), ya hemos comprobado que esta situación no es la que se produce y que lo que ocurre es que aparecen nuevos intermediarios digitales (como Booking.com o Airbnb) que ordenan y clasifican la amplia oferta disponible.

### 3.2. Efectos negativos

De nuevo, y tal y como se ha hecho con los efectos positivos, se clasificarán los efectos negativos en medioambientales, sociales y económicos. En el ámbito medioambiental podemos destacar los siguientes posibles efectos:

- *Aumento de viajes por la mejora en la comercialización.* En general, cuando se realiza un viaje se genera un impacto medioambiental negativo, aunque solo sea por el hecho del CO<sub>2</sub> que emiten los medios de transporte utilizados. Como se ha indicado anteriormente, la inteligencia artificial, la realidad virtual y otras tecnologías hacen que el turismo sea más atractivo, incrementando el deseo de viajar. En decir, las tecnologías digitales permiten mejorar la comercialización y el *marketing*, lo que, a su vez, se puede traducir en una mayor cantidad de viajes.
- *Aumento de viajes por la reducción de costes.* La digitalización y la inteligencia artificial contribuyen a reducir los costes del proceso productivo del sector turístico, permitiendo la aparición de fenómenos como las aerolíneas de bajo coste. Esta disminución de costes implica que viajar sea más barato y, por lo tanto, que se produzcan más viajes, lo cual, de nuevo, tiene consecuencias medioambientales negativas.
- *Mayor rotación al aumentar la eficiencia.* La tecnología permite que el sector sea más eficiente, lo cual a su vez causará una mayor rotación. Esta mayor rotación implicará un mayor impacto sobre los destinos. Por ejemplo, en lugares que son patrimonio histórico, gracias a la tecnología se consigue que el número de visitantes sea mayor, lo cual puede tener un efecto positivo desde el punto de vista económico, pero negativo desde el punto de vista medioambiental.
- *Impacto medioambiental de las tecnologías digitales.* En la actualidad, la mayoría de las tecnologías digitales no son ecológicamente sostenibles. Por ejemplo, y aunque ya está en proceso de ser corregido, tecnologías

como el *blockchain* son extremadamente consumidoras de energía. A nivel mundial hay distintas iniciativas para intentar conseguir que esta situación mejore y que las tecnologías digitales sean cada vez más eficientes energéticamente.

Por su parte, entre los efectos negativos sociales podemos citar los siguientes:

- *Turismo en cualquier parte.* A medida que mejora el conocimiento de los destinos y las opciones para llegar a los mismos, se produce una mayor capacidad para viajar a cualquier lugar. Este hecho puede tener el impacto negativo de transformar cualquier lugar del mundo en un destino turístico, en ocasiones sin que el propio destino lleve a cabo acciones de promoción o tenga interés en incrementar el turismo en la zona.
- *Gentrificación.* La digitalización permite una mejor distribución de los turistas en el destino. Esta distribución tiene un efecto positivo económico, pero también puede generar que se desarrolle turismo en zonas que tradicionalmente han quedado al margen de este fenómeno. A su vez, este turismo puede generar efectos negativos como la gentrificación, o desplazamiento de los residentes tradicionales de una zona.

Por último, entre los efectos económicos negativos podemos citar los siguientes:

- *Concentración empresarial.* Si bien se ha indicado que en algunos ámbitos la tecnología puede generar una mayor redistribución del gasto en el destino turístico, también sabemos que en el ámbito digital se suele dar el fenómeno de que el ganador se lo lleva todo. Estos ganadores son los que acabarán marcando las reglas de funcionamiento del sector y los que, en muchos casos, obtendrán la mayoría de los beneficios. Entre otros, los ya mencionados ejemplos de Booking.com o Airbnb.
- *Sustitución de trabajadores.* El principal efecto negativo económico que puede generar la digitalización basada en la robótica y la inteligencia artificial en el sector turístico es la sustitución de los puestos de trabajo. Hasta ahora, la sustitución de los puestos de trabajo se ha dado en el sector primario y en el sector secundario, sin que el sector servicios se haya visto afectado significativamente. Pero en los próximos años se generalizarán tecnologías que permitirán sustituir muchas de las tareas que en la actualidad realizan los humanos, muchas de ellas muy relevantes en el sector turístico. Por ejemplo, y entre otras, la limpieza, la atención al cliente, la toma de comandos y la entrega de comida en la mesa.

## 4. Conclusiones

Tal y como se puede comprobar, son múltiples y variados los efectos que la tecnología puede tener sobre el sector turístico desde el punto de vista de la sostenibilidad. Estos efectos, como se ha comentado, pueden ser tanto positivos como negativos. No obstante, de todos los anteriores, parece que hay algunos que destacan especialmente y que se deben tener en cuenta. En primer lugar, la automatización o sustitución de los puestos de trabajo. En segundo lugar, el hecho de que la tecnología permite y habilita una mayor capacidad de viaje y un mayor acceso a los destinos. En tercer lugar, el doble efecto en el que la tecnología genera, por una parte, una mayor concentración empresarial, pero, al mismo tiempo, también puede generar una mayor redistribución económica al permitir el acceso de los turistas a nuevos destinos, a nuevas aéreas de los destinos y a nuevas actividades.

En cualquier caso, en el apartado anterior se han apuntado una serie de efectos potenciales positivos y negativos. Se ha realizado un análisis cualitativo, mencionando dichos efectos. Ahora bien, la cuestión que queda por resolver es el impacto neto cuantitativo de cada uno de esos efectos. Es decir, ver cuáles de los efectos mencionados tendrán un mayor impacto y cuál será el resultado final.

Por último, tampoco sería conveniente descartar la hipótesis de que el impacto de la digitalización en la sostenibilidad turística sea, globalmente, menos relevante de lo esperado.

## Referencias bibliográficas

- Avolio, B., Chávez, J., & Vílchez-Román, C. (2020). Factors that contribute to the underrepresentation of women in science careers worldwide: A literature review. *Social Psychology of Education, 23*(3), 773-794.
- Gössling, S. (2021). Technology, ICT and tourism: from big data to the big picture. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(5), 849-858.
- Yi, Y., Wang, Y., Li, Y., & Qi, J. (2021). Impact of urban density on carbon emissions in China. *Applied Economics, 53*(53), 6153-6165.

# Sostenibilidad urbana de los destinos turísticos desde la perspectiva de la Agenda Urbana Española

---

**Oswaldo Ledesma González**

*Investigador Posdoctoral  
Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción: la sostenibilidad urbana

Desde la década de 1990, la sostenibilidad urbana se ha convertido en un tema de análisis recurrente (Girardet, 1992; Maclaren, 1996; Curwell y Cooper, 1998; Castells, 2000; Finco y Nijkamp, 2001; Whitehead, 2003; Bulkeley, 2006; Keivani, 2009; Rueda, 2012; Childers et al., 2014; Frantzeskaki et al., 2017; Zhang y Li, 2018). Así, se ha ido consolidando un marco de entendimiento común en torno a la sostenibilidad urbana en los ámbitos académicos, profesionales e institucionales que incluye aspectos como regeneración urbana, compacidad morfológica, mezcla de usos, introducción de la naturaleza en lo urbano, economía circular, movilidad sostenible, energías renovables, entre otros. En pocas palabras, la sostenibilidad urbana hace referencia al intento de equilibrar desde la perspectiva territorial y urbana el crecimiento económico, la cohesión social y la sostenibilidad ambiental.

A efectos de informar sobre la sostenibilidad urbana, se plantea necesario desarrollar indicadores adecuados que permitan su evaluación. Estos indicadores deben ser medibles, comparables, transferibles e informativos (Finco y Nijkamp, 2001), además de aceptados e interiorizados por los diferentes actores territoriales y urbanos. Los indicadores orientan sobre las áreas en las que se está trabajando de manera apropiada en términos de sostenibilidad urbana y sobre cuáles se debe incidir para mejorar, permitiendo a los formuladores de políticas fortalecer su acción en materia de sostenibilidad. No obstante, es conveniente recordar que la mayoría de los indicadores son simplificaciones de asuntos complejos, como el fenómeno territorial y urbano, por lo que deben

considerarse en el sentido de que proporcionan una evidencia de las condiciones o problemas a tratar (Clarke y Wilson, 1994). En tal sentido, dado que un solo indicador no podrá dar una imagen completa de un fenómeno complejo, es necesario emplear una amplia gama de indicadores para caracterizar los diferentes aspectos de este.

La literatura científica sobre indicadores de sostenibilidad urbana es extensa. Son de utilidad para ampliar información al respecto los trabajos de Clarke y Wilson (1994), Alberti (1996), Spiekermann y Wegener (2003), Shen et al. (2011), Turcu (2013) o Verma y Raghubanshi (2018).

El planteamiento de la sostenibilidad urbana se ha hecho evidente en la forma en que se conciben las políticas territoriales y urbanas, tanto en las actuaciones que se diseñan como respecto de las formas de gestión que se requieren para llevarlas a cabo (Huete y Merinero, 2021). Así, han ido creciendo los debates sobre nuevos temas en relación con las políticas territoriales y urbanas (resiliencia, economía urbana, innovación, gobernanza, participación ciudadana, etc.) (Subirats y García-Bernardos, 2015), al tiempo que se han planteado nuevos instrumentos de intervención sobre los territorios que, adecuándose a la realidad de cada momento, están permitiendo responder al reto colectivo de la sostenibilidad.

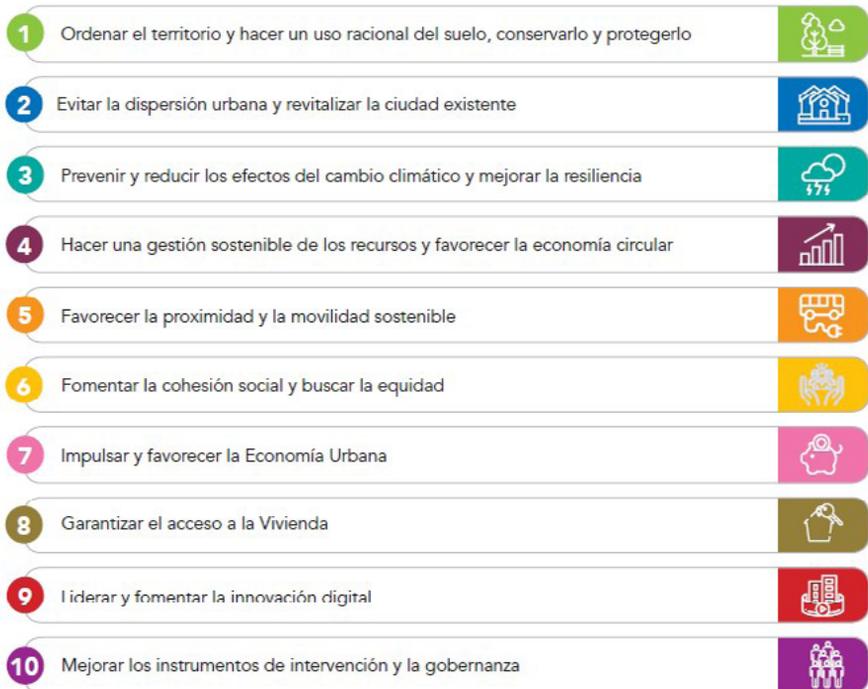
El enfoque de la sostenibilidad urbana no ha sido ajeno para los destinos turísticos (Alker y Stone, 2005; Fistola y La Rocca, 2017; Martí et al., 2017; Carreño y Alfonso, 2018; Lee y Liao, 2021), aunque se ha obviado durante décadas. En el capítulo se presenta el análisis de la sostenibilidad urbana del destino turístico Puerto de la Cruz (Canarias, España) desde la perspectiva de la Agenda Urbana Española (en adelante AUE), mostrándose de forma sintética el procedimiento metodológico implementado y una descripción general de los resultados obtenidos. Se termina con unas reflexiones sobre cómo la AUE permite responder al reto de la sostenibilidad urbana de los destinos turísticos.

## 2. El instrumento: la Agenda Urbana Española

La AUE (Gobierno de España, 2019) se plantea en el contexto de la sostenibilidad urbana, estando alineada con los compromisos de la Agenda 2030 (ONU, 2015), la Nueva Agenda Urbana (ONU, 2016) y la Agenda Urbana para la Unión Europea (Comisión Europea, 2016). Busca dar respuesta al desafío de la sostenibilidad considerando cómo se diseñan los territorios y los espacios urbanos, cuáles son sus estrategias de desarrollo y qué efectos producen en la economía, la sociedad y el medioambiente.

La AUE es un instrumento estratégico que busca orientar las decisiones que tienen algún componente territorial y urbano. Es un documento flexible, en donde la permanente actualización y el papel de los diferentes actores, públicos y privados, es fundamental. Es también una metodología que propone un «menú a la carta» de posibles actuaciones para que las entidades locales, especialmente, puedan elaborar sus respectivos planes de acción, identificando aquellas que en el contexto de los objetivos de la agenda se han implementado, están en curso o deberían llevarse a la práctica. En este sentido, la AUE propone 10 objetivos estratégicos que se desarrollan a través de 30 específicos y 291 líneas de actuación. Las actuaciones propuestas están concebidas para que cada entidad que pretenda desarrollar su plan de acción seleccione las que más interesen en función de sus características territoriales, así como las capacidades, atribuciones, financiación y medios efectivos de ejecución con los que cuenta.

Figura 1. Objetivos estratégicos de la AUE



Fuente: Gobierno de España (2019)

El cumplimiento de los objetivos de la AUE implicará el establecimiento de un modelo de sostenibilidad urbana que es coherente con las Agendas Urbanas internacionales y la Agenda 2030. En cuanto a la Agenda 2030, la AUE tiene la capacidad de acelerar la implementación de los ODS en aquellas metas con algún componente territorial o urbano y, específicamente, el cumplimiento del ODS 11, que busca ciudades sostenibles, inclusivas, seguras y resilientes. De esta manera, la AUE propone actuaciones para la consecución de más de 90 de las 169 metas de la Agenda 2030. La vinculación de cada objetivo estratégico y específico de la AUE con los ODS puede consultarse en Gobierno de España (2019).

A modo de síntesis, la AUE persigue una planificación territorial y urbanística que garantice un uso racional del suelo y que el modelo de desarrollo urbano que resulte de esta planificación garantice la sostenibilidad, adaptando la urbanización y la edificación al territorio que las sustenta. Este modelo de desarrollo urbano tiene como principales características la compacidad en su morfología, la mezcla de usos y biodiversidad en su organización, así como la eficiencia en su funcionamiento y la cohesión social en la búsqueda de la equidad y la igualdad. Asimismo, favorece la proximidad de las actividades, servicios, dotaciones, lugares de ocio, etc. Además, a través de actuaciones como la reducción de la permeabilidad del suelo, la disminución de las emisiones GEI, entre otras, busca mitigar los efectos del cambio climático.

### 3. Análisis del reto: la sostenibilidad urbana del destino turístico Puerto de la Cruz

#### 3.1. Síntesis del procedimiento metodológico

En coherencia con el planteamiento de la AUE, se elaboró un diagnóstico que permitió conocer qué actuaciones de las implementadas en Puerto de la Cruz tenían encaje en el modelo de sostenibilidad urbana propuesto, identificar cuáles de las actuaciones en curso estaban contribuyendo a la consecución de este modelo y además, plantear qué actuaciones podrían desarrollarse para una materialización efectiva.

La AUE ofrece diferentes instrumentos analíticos para poder establecer la situación de la que cada territorio parte respecto del modelo urbano sostenible, de tal forma que para la elaboración del diagnóstico y determinar, con posterioridad, el grado de vinculación de las actuaciones impulsadas en el destino turístico con dicho modelo, se utilizó el instrumento denominado *FICHA 3*. Este instrumento analítico reúne el listado completo de actuaciones de la AUE que,

en caso de promoverse y materializarse, contribuirían de forma directa en la consecución de los objetivos de la propia agenda y de los ODS vinculados a estos.

La información para completar las actuaciones implementadas y en curso se obtuvo de tres fuentes: (1) una relación de actuaciones proporcionada por el propio Ayuntamiento de Puerto de la Cruz; (2) cuestionarios estructurados realizados presencialmente o enviados a través de correo electrónico a los responsables políticos con competencias respecto de las actuaciones sobre las que no se tenía información o certeza; y (3) revisión pormenorizada del marco legislativo, así como de planes y programas con incidencia territorial y urbana.

Así, el diagnóstico de las actuaciones implementadas y en curso permitió detectar qué actuaciones concretas de las establecidas por la AUE no se habían trabajado todavía y, consecuentemente, permitió identificar cuáles podrían desarrollarse a corto, medio y largo plazo.

Se analizaron las 291 líneas de actuación incluidas en la AUE. No obstante, en coherencia con el propio planteamiento del instrumento, algunas de las actuaciones no se desarrollaron en el análisis al plantear aspectos que no formaban parte de la realidad urbana de Puerto de la Cruz (despoblación, relaciones transfronterizas o interregionales, desestacionalización del turismo, humedales, residuos de la industria textil, etc.) o porque la competencia para su desarrollo correspondía a la escala insular o regional (aprovechamiento de los montes, pozos y galerías, desarrollo de la planificación territorial, etc.). En cualquier caso, las líneas de actuación analizadas para Puerto de la Cruz fueron 272, lo que supuso el 93,5 % de todas las incluidas en la AUE. El desarrollo pormenorizado del análisis de la sostenibilidad urbana del destino por objetivos estratégicos, objetivos específicos y líneas de actuación puede consultarse en Ledesma (2022).

Posteriormente, para poder determinar en qué situación se encontraba Puerto de la Cruz respecto del modelo de sostenibilidad urbana de la AUE, se establecieron diferentes niveles de vinculación de la siguiente manera:

1. Todas las actuaciones implementadas o en curso que se relacionaban con las líneas de actuación de la AUE fueron analizadas. Las del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz representaron el 85 % de las consideradas, mientras que las que dependían de otras Administraciones públicas (Cabildo Insular de Tenerife, Gobierno de Canarias y Gobierno de España) constituyeron el 15 %.

2. El porcentaje de vinculación de cada uno de los objetivos se obtuvo de acuerdo con el número de líneas de actuación sobre las cuales existían actuaciones ejecutadas o en curso respecto del total de las incorporadas en la AUE.
3. Se establecieron grados de vinculación considerando los porcentajes, quedando de la siguiente manera: muy bajo (0-14), bajo (15-29), medio-bajo (30-44), moderado (45-59), medio-alto (60-74), alto (75-89) y muy alto (90-100).

**Tabla 1.** Grado de desarrollo del modelo de sostenibilidad urbana de la AUE en Puerto de la Cruz

Objetivos estratégicos y específicos	Líneas de actuación		Grado de vinculación	
	AUE	PDLC		
<b>1- Ordenar el territorio y hacer un uso racional del suelo, conservarlo y protegerlo</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>77</b>	<b>Alto</b>
1.1. Ordenar el suelo de manera compatible con su entorno territorial	5	3	60	Medio-alto
1.2. Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje	4	4	100	Muy alto
1.3. Mejorar las infraestructuras verdes y azules y vincularlas con el contexto natural	4	3	75	Alto
<b>2- Evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente</b>	<b>53</b>	<b>30</b>	<b>57</b>	<b>Moderado</b>
2.1. Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos	11	6	54	Moderado
2.2. Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos	3	2	66	Medio-alto
2.3. Mejorar la calidad y la accesibilidad universal de los espacios públicos	12	7	58	Moderado
2.4. Mejorar el medioambiente urbano y reducir la contaminación	7	4	57	Moderado
2.5. Impulsar la regeneración urbana	11	5	45	Moderado
2.6. Mejorar la calidad y sostenibilidad de los edificios	9	6	66	Medio-alto
<b>3- Prevenir y reducir los impactos del cambio climático y mejorar la resiliencia</b>	<b>26</b>	<b>20</b>	<b>77</b>	<b>Alto</b>
3.1. Adaptar el modelo territorial y urbano a los efectos del cambio climático y avanzar en su prevención	12	11	91	Muy alto
3.2. Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero	6	3	50	Moderado
3.3. Mejorar la resiliencia frente al cambio climático	8	6	75	Alto
<b>4- Hacer una gestión sostenible de los recursos y favorecer la economía circular</b>	<b>31</b>	<b>21</b>	<b>68</b>	<b>Medio-alto</b>
4.1. Ser más eficientes energéticamente y ahorrar energía	11	9	81	Alto

Objetivos estratégicos y específicos	Líneas de actuación		Grado de vinculación	
	AUE	PDLC		
4.2. Optimizar y reducir el consumo de agua	7	4	57	Moderado
4.3. Fomentar el ciclo de los materiales	8	4	50	Moderado
4.4. Reducir los residuos y favorecer su reciclaje	5	4	80	Alto
<b>5- Favorecer la proximidad y la movilidad sostenible</b>	<b>22</b>	<b>17</b>	<b>77</b>	<b>Alto</b>
5.1. Favorecer la ciudad de proximidad	10	10	100	Muy alto
5.2. Potenciar modos de transporte sostenibles	12	7	58	Moderado
<b>6- Fomentar la cohesión social y buscar la equidad</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>87</b>	<b>Alto</b>
6.1. Reducir el riesgo de pobreza y exclusión social en entornos urbanos desfavorecidos	15	11	73	Medio-alto
6.2. Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y capacidad	15	15	100	Muy alto
<b>7- Impulsar y favorecer la economía urbana</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>80</b>	<b>Alto</b>
7.1. Buscar la productividad local, la generación de empleo y la dinamización y diversificación de la actividad económica	17	13	76	Alto
7.2. Fomentar el turismo inteligente, sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local	8	7	87	Alto
<b>8- Garantizar el acceso a la vivienda</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>88</b>	<b>Alto</b>
8.1. Fomentar la existencia de un parque de vivienda adecuado a precio asequible	10	10	100	Muy alto
8.2. Garantizar el acceso a la vivienda, especialmente de los colectivos más vulnerables	6	4	66	Medio-alto
<b>9- Liderar y fomentar la innovación digital</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>93</b>	<b>Muy alto</b>
9.1. Favorecer la sociedad del conocimiento y avanzar hacia el desarrollo de las ciudades inteligentes ( <i>Smart cities</i> )	8	7	87	Alto
9.2. Fomentar la Administración electrónica y reducir la brecha digital	7	7	100	Muy alto
<b>10- Mejorar los instrumentos de intervención y la gobernanza</b>	<b>41</b>	<b>25</b>	<b>61</b>	<b>Medio-alto</b>
10.1. Lograr un marco normativo y de planeamiento actualizado, flexible y simplificado que mejore, también, la gestión	11	9	81	Alto
10.2. Asegurar la participación ciudadana, la transparencia y favorecer la gobernanza multinivel	14	10	71	Medio-alto
10.3. Impulsar la capacitación local y mejorar la financiación	9	1	11	Muy bajo
10.4. Poner en marcha campañas de formación y sensibilización en materia urbana, intercambio y difusión del conocimiento	7	5	71	Medio-alto

Fuente: Ledesma (2022)

### 3.2. Descripción general de los resultados

En líneas generales, los resultados del análisis ponen de manifiesto que el destino turístico Puerto de la Cruz se orienta positivamente en términos de sostenibilidad urbana. De las 272 líneas de actuación consideradas se ha intervenido sobre 197, lo que significa haber trabajado sobre el 72 % del total.

El objetivo estratégico 9, que relaciona la sostenibilidad urbana con la innovación tecnológica y, especialmente, con la innovación digital como motores e impulsores de los procesos de cambio de la sociedad, es el de mayor implantación en Puerto de la Cruz (vinculación muy alta). El destino turístico está avanzando de manera adecuada hacia el concepto de *Smart Destination* a través de la incorporación de las nuevas tecnologías en la gestión urbana, el fomento de la Administración electrónica o la reducción de la brecha digital.

Un total de 5 objetivos estratégicos tienen un desarrollo importante en el Puerto de la Cruz (vinculación alta). Por un lado, el objetivo estratégico 1, relacionado con la existencia de instrumentos de ordenación territorial y urbanística, así como de estrategias de protección, mejora, conservación y puesta en valor del patrimonio. Por otro lado, el objetivo estratégico 5, que potencia los modos de transporte sostenibles e impulsa la proximidad de las actividades, servicios, dotaciones, lugares de ocio, etc. Asimismo, el objetivo estratégico 6, que fomenta la cohesión social y busca la equidad a través del urbanismo por medio de estrategias dirigidas a minimizar los desequilibrios sociales: aislamiento de población envejecida, ausencia de oportunidades educativas o laborales, marginación de sectores de la población, etc. También el objetivo estratégico 7, que busca impulsar la productividad local, la generación de empleo y la diversificación de la actividad económica, así como el fomento del turismo inteligente, sostenible y de calidad. Por último, el objetivo estratégico 8, que persigue lograr un parque de viviendas digno, adecuado, asequible y eficiente energéticamente que satisfaga las necesidades sociales, del mismo modo que fomentar diferentes regímenes de tenencia de vivienda para adecuarse a las realidades sociales y económicas, promoviendo la rehabilitación de lo construido y su reutilización.

Con desarrollos significativos en Puerto de la Cruz se encuentran 3 objetivos estratégicos (vinculación medio-alta). Primero, el objetivo estratégico 3 que, a grandes rasgos, busca la mitigación de los efectos del cambio climático a través del modelo de desarrollo territorial y urbano, reducir las emisiones de gases de efectos invernadero y mejorar la resiliencia. Segundo, el objetivo estratégico 4, que pretende una gestión eficiente de los materiales, el agua y la energía, así

como el tránsito hacia un modelo económico circular que mejore la calidad de vida de las personas. Tercero, el objetivo estratégico 10, fundamental para la consecución del resto de objetivos, que impulsa una buena normativa, un sistema de planeamiento adecuado, unas fuentes de financiación acordes con las acciones a desarrollar y una gobernanza que genere valor y cuyos pilares son la transparencia, la colaboración y la participación.

El objetivo estratégico 2, que busca evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente es el de menor implantación en el destino, aunque los resultados del grado de vinculación no son malos (vinculación moderada). Este objetivo cuenta con el mayor número de líneas de actuación, que se relacionan con el fomento de un modelo urbano compacto, la complejidad funcional y diversidad de usos, la mejora de la accesibilidad de los espacios públicos, así como impulsar la regeneración urbana y edificatoria.

Por otra parte, en cuanto a los objetivos específicos, destacan 5 por su importante implantación en el destino (vinculación muy alta): Conservar y mejorar el patrimonio natural y cultural y proteger el paisaje (1.2); Adaptar el modelo territorial y urbano a los efectos del cambio climático y avanzar en su prevención (3.1); Buscar la igualdad de oportunidades desde una perspectiva de género, edad y capacidad (6.2); Fomentar la existencia de un parque de vivienda adecuado a precio asequible (8.1); y Fomentar la Administración electrónica y reducir la brecha digital (9.2).

#### **4. Conclusiones: sostenibilidad urbana de destinos turísticos y Agenda Urbana Española**

La primera y más importante reflexión es que el cumplimiento de los objetivos de la AUE implicará para los destinos turísticos el establecimiento de un modelo de desarrollo que permitirá alcanzar el reto de la sostenibilidad urbana. Esta afirmación tiene su fundamento en el hecho de que la AUE recoge en sus 291 líneas de actuación todo lo que pueda implicar la sostenibilidad urbana (compacidad morfológica, mezcla de usos, proximidad, movilidad sostenible, gobernanza, etc.).

Además, en coherencia con lo planteado en la literatura, la AUE desarrolla un conjunto amplio de indicadores que, adaptándose a cada contexto territorial y urbano, informa sobre la sostenibilidad urbana de los destinos turísticos. Cada indicador está acompañado de la metodología que debe orientar la correspondiente cuantificación, así como las fuentes de información donde obtener los datos y las principales operaciones que pueden servir para su determinación.

La segunda reflexión está relacionada con la concepción de la AUE como instrumento estratégico que busca orientar las decisiones que en los destinos turísticos tienen algún componente territorial y urbano. Sobre esto, lejos de ser una herramienta que introduce arbitrariedad en la toma de decisiones, incorpora una hoja de ruta basada en el rigor científico y técnico. Además, el hecho de que la AUE sea un instrumento inherentemente participativo amplía la posibilidad de argumentos de cara a tener una noción consensuada sobre cómo abordar la sostenibilidad urbana.

La tercera reflexión es que la AUE se puede desarrollar en cualquier destino turístico (litoral, urbano, rural, etc.). Al respecto, cuatro elementos fundamentales han sido necesarios en el estudio de caso: por un lado, el convencimiento político de que el modelo de desarrollo urbano propuesto en el instrumento puede facilitar la sostenibilidad urbana del destino turístico. En este sentido, ha sido crucial el apoyo de las fuerzas políticas, tanto las que gobiernan como las que están en la oposición; por otro lado, liderazgo político en el sentido de creer realmente en las posibilidades de la herramienta; en tercer lugar, el apoyo científico-técnico de centros de investigación especializados en planificación estratégica y planificación de destinos turísticos; y, por último, la presentación, a través de jornadas, foros, mesas redondas, etc., del instrumento a la sociedad civil en tanto que son parte esencial para una correcta implementación de la herramienta.

Ahora bien, habrá que evaluar cómo se desarrollarán los planes de acción y comprobar si el interés que actualmente está teniendo la AUE se mantiene en el medio y largo plazo. En tal sentido, hay que recordar el escaso éxito que tuvieron otras herramientas parecidas y precedentes, como las Agendas 21 Locales, en muchos territorios, aunque con algunas excepciones notables (por ejemplo, el caso del destino turístico Calviá).

En definitiva, la AUE puede convertirse en un instrumento de intervención interesante para los destinos turísticos que pretendan desarrollarse desde la sostenibilidad urbana, pues permite abordar los grandes desafíos territoriales y urbanos de la transición sostenible del turismo en coherencia con la filosofía de las Agendas Urbanas internacionales y la Agenda 2030.

## Referencias bibliográficas

Alberti, M. (1996). Measuring urban sustainability. *Environmental Impact Assessment Review*, 16(4-6), 381-424.  
[https://doi.org/10.1016/S0195-9255\(96\)00083-2](https://doi.org/10.1016/S0195-9255(96)00083-2)

- Alker, S. & Stone, C. (2005). Tourism and leisure development on brownfield sites: an opportunity to enhance urban sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2(1), 27-38.  
<https://doi.org/10.1080/14790530500072336>
- Bulkeley, H. (2006). Urban sustainability: learning from best practice? *Environment and Planning A*, 38, 1029-1044.  
<https://doi.org/10.1068/a37300>
- Carreño, C. & Alfonso, W. (2018). Relación entre los procesos de urbanización, el comercio internacional y su incidencia en la sostenibilidad urbana. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 11(22), 1-29.  
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu11-22.rpuc>
- Castells, M. (2000). Urban sustainability in the information age. *City: Analysis of Urban Change, Theory, Action*, 4(1), 118-122.  
<https://doi.org/10.1080/713656995>
- Childers, D., Pickett, S., Grove, M., Ogden, L. & Whitmer, A. (2014). Advancing urban sustainability theory and action: Challenges and opportunities. *Landscape and Urban Planning*, 125, 320-328.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.01.022>
- Clarke, G. & Wilson, A. (1994). Performance indicators in urban planning: the historical context. En C. Bertuglia, G. Clarke & A. Wilson (eds.), *Modelling the city: performance, policy and planning*, (pp. 4-19). Routledge.
- Comisión Europea. (2016). *Urban Agenda for the EU. Pact of Amsterdam*.
- Curwell, S. & Cooper, I. (1998). The implications of urban sustainability. *Building Research & Information*, 26(1), 17-28.  
<http://dx.doi.org/10.1080/096132198370074>
- Finco, A. & Nijkamp, P. (2001). Pathways to Urban Sustainability. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 3, 289-302.  
<https://doi.org/10.1002/jep.94>
- Fistola, R. & La Rocca, R. (2017). Driving functions for urban sustainability: the double-edged nature of urban tourism. En C. Brebbia & A. Galiano-Garridos (eds.), *Urban regeneration and sustainability*, (pp. 69-78). WIT Press.
- Frantzeskaki, N., Castán, V., Coenen, L. & Loorbach, D. (eds.). (2017). *Urban Sustainability Transitions*. Routledge.
- Girardet, H. (1992). *Ciudades: alternativas para una vida urbana sostenible*. Celeste Ediciones.
- Gobierno de España, Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. (2019). *Agenda Urbana Española*.
- Huete, M. & Merinero, R. (2021). *La Agenda Urbana. Un instrumento de política pública para las ciudades*. Catarata.
- Keivani, R. (2009). A review of the main challenges to urban sustainability. *International Journal of Urban Sustainable Development*, 1(1-2), 5-16.  
<https://doi.org/10.1080/19463131003704213>
- Ledesma, O. (2022). *Diagnóstico de situación y vinculación de las políticas de desarrollo urbano implementadas en Puerto de la Cruz con la Agenda Urbana Española*. Fundación General Universidad de La Laguna.

- Lee, Y-C. & Liao, P-T. (2021). The effect of tourism on teleconnected ecosystem services and urban sustainability: An emergy approach. *Ecological Modelling*, 439, 109343. <https://doi.org/10.1016/j.ecolmodel.2020.109343>
- Maclaren, V. (1996). Urban Sustainability Reporting. *Journal of the American Planning Association*, 62(2), 184-202. <http://dx.doi.org/10.1080/01944369608975684>
- Martí, P., Nolasco, A. & Serrano, L. (2017). Assessment tools for urban sustainability policies in Spanish Mediterranean tourist areas. *Land Use Policy*, 67, 625-639. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.06.015>
- ONU. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*.
- ONU. (2016). *Nueva Agenda Urbana*.
- Rueda, S. (2012). *Libro Verde de la sostenibilidad urbana y local en la era de la información*. Gobierno de España, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Shen, L-Y., Ochoa, J., Shah, M. & Zhang, X. (2011). The application of urban sustainability indicators - A comparison between various practices. *Habitat International*, 35(1), 17-29. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2010.03.006>
- Spiekermann, K. & Wegener, M. (2003). Modelling Urban Sustainability. *International Journal of Urban Sciences*, 7(1), 47-64. <http://dx.doi.org/10.1080/12265934.2003.9693522>
- Subirats, J. & García-Bernardos, A. (eds.). (2015). *Innovación social y políticas urbanas en España. Experiencias significativas en las grandes ciudades*. Icaria.
- Turcu, C. (2013). Re-thinking sustainability indicators: local perspectives of urban sustainability. *Journal of Environmental Planning and Management*, 56(5), 695-719. <http://dx.doi.org/10.1080/09640568.2012.698984>
- Verma, P. & Raghubanshi, A. (2018). Urban sustainability indicators: Challenges and opportunities. *Ecological Indicators*, 93, 282-291. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2018.05.007>
- Whitehead, M. (2003). (Re)Analysing the sustainable city: nature, urbanisation and the regulation of socioenvironmental relations in the UK. *Urban Studies*, 40(7), 1183-1206. <https://doi.org/10.1080/0042098032000084550>
- Zhang, X. & Li, H. (2018). Urban resilience and urban sustainability: What we know and what do not know? *Cities*, 72, 141-148. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2017.08.009>



# Transición ecológica del turismo

---

# Cambio climático y turismo: reflexiones para generar destinos resilientes en entornos insulares

---

**Pedro Dorta Antequera**

*Director de la Cátedra de Reducción del Riesgo de Desastres y  
Ciudades Resilientes de la Universidad de La Laguna*

**Jordan Correa González**

*Investigador de la Cátedra de Reducción del Riesgo de Desastres  
y Ciudades Resilientes de la Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción

A medida que las repercusiones relativas a la alteración de los parámetros meteorológicos se van acrecentando, debido al cambio climático, las consecuencias sobre el turismo se hacen, cada día, más evidentes. Se debe abandonar la idea de que las condiciones ambientales son estáticas e inalterables y comenzar a ser conscientes de los cambios relevantes que ya se están produciendo en el planeta. En esta situación, la actividad turística no se queda al margen y el impacto de un sistema climático dinámico y que se encamina hacia nuevos escenarios, como consecuencia de las emisiones masivas de gases de efecto invernadero —en adelante, GEI—, es una realidad que no es posible ocultar.

En consecuencia, el mundo del turismo se enfrenta a un desafío muy complejo que debe conjugar el negocio, y el indudable desarrollo económico que genera, con una realidad ambiental inestable, cada vez más deteriorada y en la que el cambio climático es la principal cuestión a resolver. Aun así, este solo representa la punta del iceberg de los graves y numerosos problemas ambientales que padecen una gran parte de los espacios dedicados al turismo.

España es el segundo país del mundo con más visitantes extranjeros y sus dos archipiélagos son las comunidades autónomas más dependientes de la actividad turística. Comparten números en porcentaje de mano de obra de especialización turística y de PIB, visitantes en cuanto a países de origen, producto

ofertado y, en cierta medida, una imagen de marca fundamentada en el turismo masivo de sol y playa que ha supuesto un éxito económico rotundo en las últimas décadas. Esos territorios insulares, así como la mayor parte de las costas nacionales, basan sus estrategias de promoción precisamente en una garantía de buen tiempo, es decir, en un clima moderadamente cálido, seco y soleado, justamente el producto demandado desde la fría y lluviosa Europa del Norte.

Ese negocio basado en el clima y, sobre todo, en el contraste climático entre origen y destino está hoy en día en una encrucijada; el clima está cambiando y la presión de las decenas de millones de turistas que llegan a las costas archipelágicas y continentales españolas está generando una evidente degradación que además desgasta el producto, perdiendo valor de atracción.

En ese contexto, resulta urgente e imprescindible comenzar a medir y evaluar los impactos ambientales para intentar conseguir una adaptación lo más adecuada posible a la nueva situación impuesta por el cambio climático y a las necesidades de mitigación asociadas al mismo.

## 2. El binomio cambio climático y turismo

Hoy en día son indudables las repercusiones del cambio climático en múltiples aspectos sociales, económicos, ecosistémicos, etc. Los territorios insulares están y, sobre todo, estarán sometidos a consecuencias muy variadas a medio plazo, cuyo máximo exponente serán los fenómenos meteorológicos extremos.

Por ejemplo, el Mediterráneo, principal región turística del mundo, registra un calentamiento muy importante, lo que intensifica los procesos de convektividad atmosférica originando un riesgo de precipitaciones torrenciales con efecto de avenida aún mayor que el de las décadas pasadas. Son así numerosos los episodios de inundaciones con víctimas y graves daños en diversas islas de ese espacio geográfico. Como ejemplos recientes se pueden citar las inundaciones de Mallorca en octubre de 2018 o Sicilia en los meses de octubre de 2018 y de 2021. Además, se está registrando un incremento en la cantidad y la intensidad de las olas de calor. Esos mismos fenómenos, entre otros, afectarán a todos los espacios insulares cálidos y templados. Para el caso de Canarias, las últimas investigaciones señalan una probabilidad, cada vez mayor, de afección de perturbaciones tropicales de rango extraordinario como tormentas y ciclones tropicales, fenómenos ya detectados en las cercanías de las islas. A pesar de que la afección de estos eventos es, por el momento y en general, limitada, algunos no dejan de ser inquietantes y con impactos sociales y económicos importan-

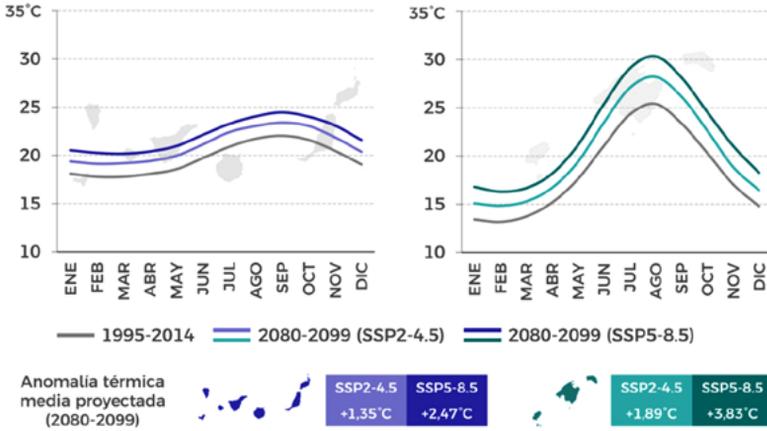
tes, como las tormentas tropicales *Delta*, en noviembre de 2005 y *Hermine*, en septiembre de 2022.

Sin embargo, probablemente la mayor preocupación en las islas de vocación turística sea el ascenso del nivel del mar, puesto que es la costa el sector en el que se concentra la inmensa mayoría de los alojamientos y todo tipo de infraestructuras turísticas. El incremento del nivel marino dará lugar a la consiguiente pérdida de playas y daños generalizados, sobre todo durante los temporales de mayor intensidad, tal y como ha quedado ya de manifiesto en algunos emplazamientos del litoral levantino español.

En consecuencia, resulta inevitable trabajar de manera intensiva y urgente en medidas de adaptación tanto para las condiciones actuales como ante los nuevos escenarios que generará el cambio climático, especialmente en los espacios litorales. En ese sentido, la comunidad científica internacional ha planteado diversos escenarios que proyectan el futuro climático del planeta. Estos dependen, en última instancia, del volumen de GEI que se emita a la atmósfera, por lo que se encuentran íntimamente vinculados a la efectividad que presenten las políticas de reducción de emisiones, es decir, de mitigación.

Evidentemente, las consecuencias para cada escenario difieren de manera notable; un ejemplo de ello es la tendencia futura de las temperaturas y las precipitaciones. Las primeras, que ya señalan claramente un incremento, experimentarán un mayor o menor aumento en las próximas décadas en función de los escenarios de emisiones, de manera que, cuanto más eficaz sea la mitigación, menor será el ascenso térmico. Este será más acusado en Baleares, con especial intensidad en verano, es decir, durante la actual temporada alta, con incrementos térmicos que en los escenarios más pesimistas se aproximarán a los 5 °C (Gráfico 1). Hay que tener en cuenta, además, que el calentamiento del Mediterráneo comporta un aumento en la evaporación y, por tanto, un incremento de la humedad del aire. Esta última circunstancia, junto con el propio ascenso térmico, convertirá a las islas —y costas mediterráneas— en territorios con unas condiciones atmosféricas de intenso calor y sensaciones térmicas muy poco confortables durante el estío, lo que probablemente pueda limitar el potencial turístico en los meses más cálidos del año. Por su parte, en Canarias, su condición oceánica facilitará un ascenso medio de temperaturas de menor entidad que en el Mediterráneo, según apuntan los modelos, aunque igualmente muy significativo (Gráfico 1).

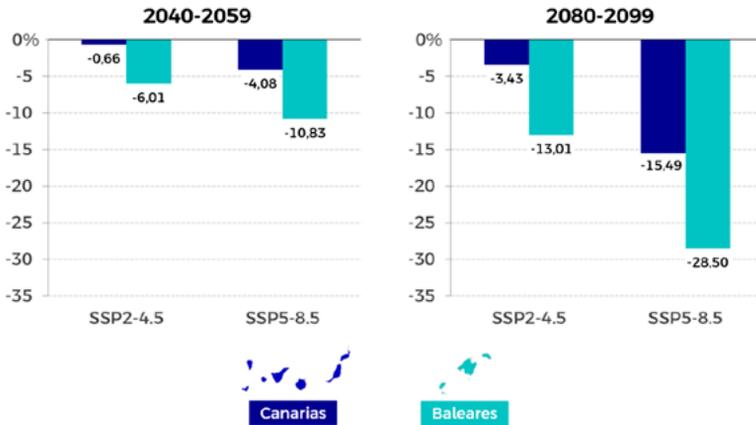
**Gráfico 1.** Variación proyectada de la temperatura media mensual en Canarias y Baleares a finales de siglo según escenarios climáticos



Fuente: Elaboración propia a partir de Climate Change Knowledge Portal (World Bank Group)

De igual forma ocurre con las precipitaciones, con una mayor disminución en los archipiélagos españoles cuanto más cuantiosas sean las emisiones de GEI. También Baleares parece mostrar un cambio notablemente superior a Canarias (Gráfico 2). En este sentido, la acusada reducción de lluvias puede tener importantes repercusiones en la disponibilidad hídrica puesto que, para el caso de Baleares, podría llegar a suponer una disminución, para finales de siglo y en el escenario más pesimista, de casi un tercio del volumen de precipitación actual.

**Gráfico 2.** Variación pluviométrica proyectada en Canarias y Baleares (período base 1995-2014)



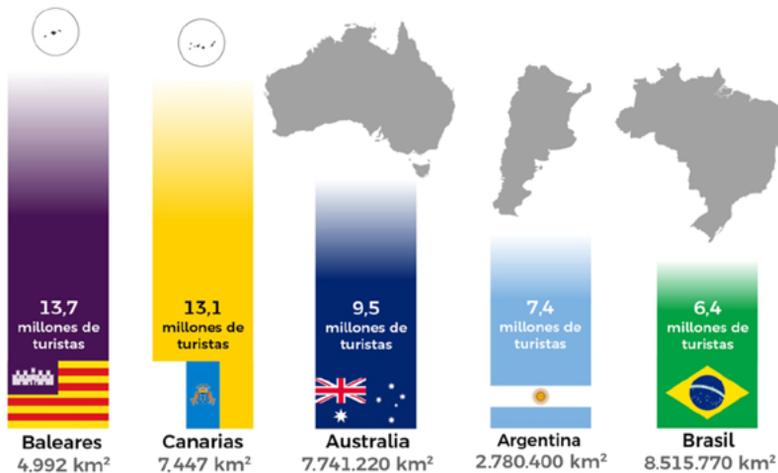
Fuente: Elaboración propia a partir de Climate Change Knowledge Portal (World Bank Group)

Por tanto, tan importante o más que afrontar los episodios meteorológicos extremos es conseguir una adaptación a escenarios futuros en los que las variables meteorológicas promedio sean claramente diferentes a las actuales; cambios que podrían repercutir en los flujos de viajeros y, consecuentemente, en la competitividad de los destinos presentes y futuros. Por su parte, los mercados competidores también se enfrentan a escenarios muy complicados puesto que el clima cambia en el conjunto del planeta y afecta a todas las regiones emisoras y receptoras.

### 3. Los retos de la adaptación y la mitigación

Es evidente que no resulta fácil hacer sostenible un movimiento que involucra en torno a 1.500 millones de turistas internacionales anualmente en el planeta, tal y como ocurrió en 2019, el año anterior a la pandemia de covid-19. Es muy probable que la citada cifra se recupere e incluso se incremente rápidamente en los próximos años. Con esa presión sobre los recursos y el territorio, la sostenibilidad es casi una quimera. Se trata más bien, por consiguiente, de trabajar para disminuir la insostenibilidad o para hacer el negocio del turismo lo más sostenible posible. No se debe olvidar que cualquiera de los dos archipiélagos españoles recibe más turistas que algunos de los países más grandes del planeta (Gráfico 3).

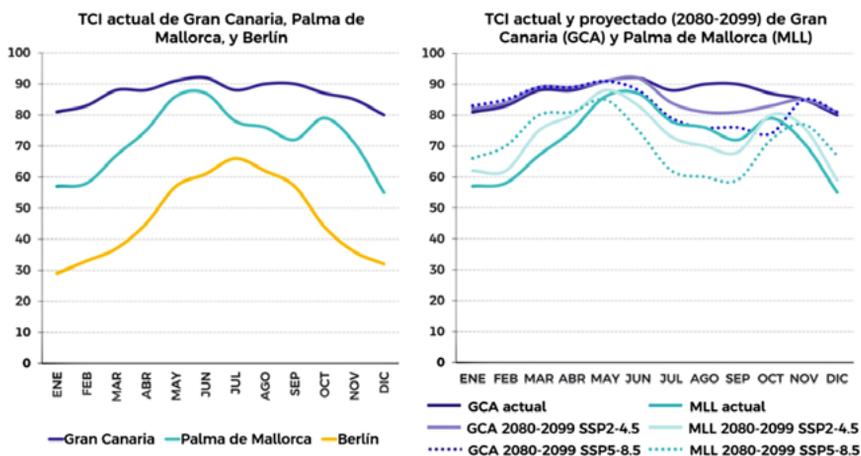
Gráfico 3. Llegada de turistas internacionales en 2019



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OMT e INE

En el apartado anterior ya se trataron los impactos derivados de las tendencias y del incremento en los extremos del clima y, por tanto, de la necesaria adaptación a los mismos. Cabría preguntarse si con esos valores térmicos, sobre todo estivales, y ese déficit hídrico, todo seguirá igual. En ese sentido, al aplicar índices que miden el confort climático del actual turista prototipo europeo, principal cliente en los destinos nacionales insulares, resulta patente la pérdida de confort en las próximas décadas, tanto en Canarias como, sobre todo, en Baleares (Gráfico 4). A su vez, las condiciones en los países emisores al hacerse más cálidas podrían contribuir a transformaciones en los flujos turísticos a medio plazo.

Gráfico 4. Índice Climático-Turístico (TCI) de Gran Canaria, Palma de Mallorca y Berlín



\*El TCI es un índice que mide, de 0 a 100, el grado de confort climático que presenta un destino turístico, representando el 0 una condiciones ambientales paupérrimas para el turista y el 100 un nivel de confortabilidad perfecto para el visitante

Fuente: Elaboración propia a partir de Mieczkowski (1985), Tang (2013), AEMET y Climate Change Knowledge Portal (World Bank Group)

Si centramos el foco en los espacios insulares, es notorio que se trata de territorios con destacadas diferencias con respecto al continente y en los que las capacidades de adaptación y mitigación son más limitadas, precisamente por sus claros límites físicos y de recursos endógenos. Las islas, en particular las de reducidas dimensiones con climas templados o cálidos, suponen en una gran mayoría destinos turísticos —Baleares, Canarias, islas Griegas, Malta, Bahamas, Aruba, Bali, Madeira, Cabo Verde, islas Tailandesas, etc.—. Comparten, por tanto, modelos económicos, deterioro ambiental y preocupación por las amenazas del cambio climático. Hay que destacar que dicha preocupación no solo

proviene de las propias amenazas del clima, como las inundaciones, sequías u olas de calor ya citadas, sino de las medidas de mitigación que comienzan a disponerse desde múltiples flancos. Es el caso de las iniciativas institucionales o políticas que pretenden reducir las emisiones o la propia conciencia social, cada día más extendida entre las sociedades europeas y cuyo máximo exponente es la conocida activista Greta Thunberg.

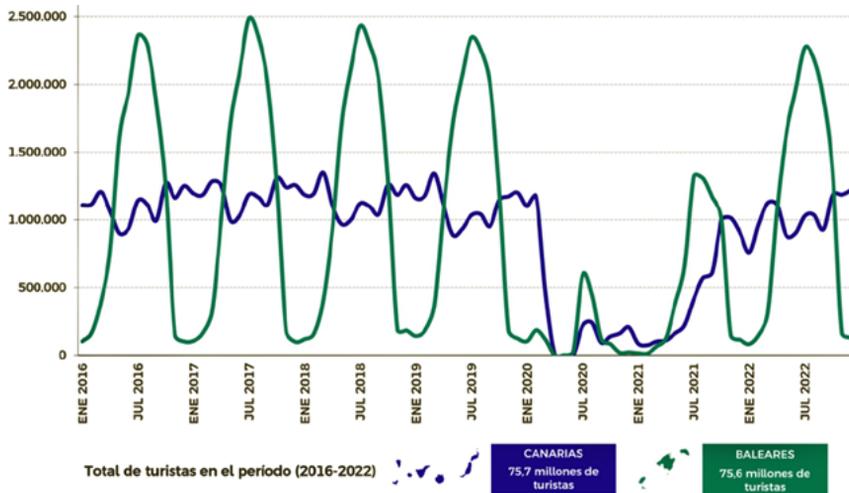
Por todo ello es imprescindible adaptarse a las estrategias que conlleva la mitigación basada fundamentalmente en la reducción de GEI. No se debe perder de vista que la actividad turística requiere de grandes cantidades de energía; además, según diversas estimaciones, con incrementos de más de un 60 % entre 2005 y 2016, tal y como se señala en la Declaración de Glasgow<sup>1</sup>. Los datos son apabullantes: el traslado de los turistas desde su lugar de residencia hasta su destino llega a suponer el 5 % de las emisiones globales de GEI; en 2017, 3.700 millones de pasajeros viajaron en avión a escala planetaria y, en Europa, alrededor del 4 % de sus emisiones fueron debidas al uso de avión.

En el caso de las islas, casi la totalidad de los traslados de los turistas se realiza obligadamente en avión y, obviamente, cuanto mayor es la distancia recorrida, mayores son las emisiones. Para el caso de los archipiélagos nacionales, la mayor distancia de Canarias con respecto a los países emisores (alrededor de 3.000 kilómetros de media) implica que cada turista británico o alemán emite cerca de media tonelada de CO<sub>2</sub>, casi el doble que un viajero que realiza su trayecto entre Reino Unido y Mallorca (unos 1.500 kilómetros). Por tanto, el volumen total de emisiones es muy considerable. La estacionalidad completamente distinta de ambos archipiélagos hace que en Baleares las emisiones estén muy concentradas en torno a los meses cálidos, mientras que en Canarias estas se reparten de forma mucho más homogénea a lo largo de todo el año (Gráfico 5). En cualquier caso, el total de emisiones debidas exclusivamente al tráfico aéreo internacional dirigido hacia los archipiélagos españoles podría acercarse a la nada despreciable cifra de 10 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> cada año.

---

1 Compromiso de acción climática en relación con el turismo surgido de la COP 26, celebrada en la ciudad escocesa de Glasgow en 2021.

Gráfico 5. Turistas llegados a Canarias y Baleares entre 2016 y 2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

#### 4. Conclusiones

A modo de reflexiones finales habría que destacar una serie de cuestiones de interés. Se ha puesto de manifiesto la situación de incertidumbre que presenta el actual modelo turístico predominante en gran parte de las islas del planeta y, específicamente, en los archipiélagos de Baleares y Canarias. El cambio climático, y también el deterioro ambiental de los espacios turísticos, pueden llegar a incidir de manera destacada en el medio físico que soporta el negocio turístico. Los impactos de las manifestaciones extremas del clima, así como de las tendencias generales de los elementos climáticos afectan y, sobre todo, afectarán de forma especialmente relevante, por un lado, al ámbito costero, territorio en el que se centran los alojamientos y principales atractivos turísticos y, por otro, al bienestar térmico de los viajeros, principal motivo de los traslados por placer. Todo ello en el ámbito de la adaptación necesaria para los nuevos escenarios previstos impuestos por el calentamiento del planeta.

Pero, además, medidas de mitigación como, por ejemplo, la denominada *fiscalidad verde*, pueden tener consecuencias en los movimientos vacacionales, principalmente a medida que las sociedades vayan aumentando el grado de conciencia ambiental y exigiendo un mayor respeto por el planeta y sus recursos. La respuesta desde las islas turísticas para ser competitivos debe fundamentarse en incorporar la sostenibilidad al producto. Es imprescindible plan-

tear medidas sólidas en cuanto a la mitigación —cubrir necesidades de energía con recursos sostenibles, tratamiento de aguas, tecnologías que reduzcan al máximo su consumo, oferta amplia de productos de cercanía, aumentar a toda costa el número de pernoctaciones y no el de viajeros, etc.—. En definitiva, la explotación desmedida de recursos, la ocupación masiva del suelo y el empleo intensivo de energía derivada de combustibles fósiles comienza a afectar a la actividad turística y obliga a repensar el modelo desarrollado en las últimas décadas.

En consecuencia, la imagen de marca de los destinos ha de desarrollar estrategias que incorporen y muestren, a todas luces, un compromiso claro, empresarial e institucional, con la sostenibilidad ambiental y la acción climática.

Además, para desarrollar estas estrategias urge implementar técnicas que puedan medir y evaluar con exactitud las repercusiones en el sistema climático y los impactos en las emisiones de las múltiples actividades directamente relacionadas con el ocio, principal motivación de la ciudadanía europea para visitar las islas españolas. Para elaborar esas técnicas de medida debe existir un compromiso político que aúne y coordine a las instituciones capaces de desarrollarlas, tales como especialistas del mundo empresarial, administrativo, educativo e investigador.

## Referencias bibliográficas

- Crisóstomo, A. J. (2020). Análisis de la sostenibilidad energética del transporte aéreo y su impacto en el turismo. *Investigaciones Turísticas*, (20), 31-49.  
<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.02>
- Dorta-Antequera, P., Díaz-Pacheco, J., López-Díez, A. y Bethencourt-Herrera, C. (2021). Tourism, Transport and Climate Change: The Carbon Footprint of International Air Traffic on Islands. *Sustainability*, 13, 1795.  
<https://doi.org/10.3390/su13041795>
- Gössling, S. y Humpe, A. (2020). The global scale, distribution and growth of aviation: Implications for climate change. *Global Environmental Change*, 65, 102194.  
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2020.102194>
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. y Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528.  
<https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Mieczkowski, Z. (1985). The Tourism Climatic Index: A Method of Evaluating World Climates for Tourism. *The Canadian Geographer*, 29, 220-233.  
<https://bit.ly/3qtwyFL>
- Scott, D., Hall, C. M. y Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49-61.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>

Steiger, R., Demiroglu, O. C., Pons, M. y Salim, E. (2023). Climate and carbon risk of tourism in Europe. *Journal of Sustainable Tourism*.

<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2163653>

Tang, M. (2013). *Comparing the 'Tourism Climate Index' and 'Holiday Climate Index' in Major European Urban Destination* [Tesis doctoral, Universidad de Waterloo].

[https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/7638/Tang\\_Mantao.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/7638/Tang_Mantao.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

World Tourism Organization [UNWTO]. (2020). *Las emisiones de CO<sub>2</sub> del sector turístico correspondientes al transporte. Modelización de resultados*. OMT, Madrid.

<https://doi.org/10.18111/9789284421992>

# La urgencia de actuar. El viaje a la descarbonización del destino *Islas Canarias*

---

**José Juan Lorenzo Rodríguez**

*Director gerente de Turismo de Islas Canarias*

### 1. La urgencia de actuar. Canarias, turismo y cambio climático

Las graves consecuencias del cambio climático en el planeta están sucediendo con mayor frecuencia e intensidad. En 2022 hemos visto grandes incendios, sequías, importantes inundaciones y subidas de temperatura que han alcanzado niveles sin precedentes. La necesidad de una acción urgente, inminente y drástica de reducción de los gases de efecto invernadero es más clara que nunca.

Como consecuencia, el Panel Internacional de Cambio Climático (IPCC) señaló, en su último informe de 2022, que las emisiones globales necesitan ser reducidas a la mitad en 2030 y alcanzar el cero neto lo antes posible, siempre antes de 2050, para tener la posibilidad de mantener el incremento de la temperatura media del planeta en los 1,5 °C respecto a los niveles preindustriales. Actualmente, este incremento ronda los 1,2 °C.

La industria turística es una de las mayores emisoras de gases de efecto invernadero en el mundo; los estudios académicos más recientes estimaron que el sector fue responsable del 8 % de las emisiones en 2013 (Lenzen, Sun, Faturay, et al., 2018).

Todos sabemos que Canarias es un destino turístico de referencia, pero tal vez no seamos igualmente conscientes de que construimos nuestro liderazgo en un territorio altamente vulnerable al cambio climático, al que la actividad turística también contribuye.

Si ponemos en contexto Canarias y su actividad turística, hablamos de que en 2022 recibimos 14,6 millones de visitantes, que generaron una facturación de 16.863 millones de euros (ISTAC, 2022). Pero también hablamos de la gene-

ración de 1,85 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>e en las actividades turísticas en destino (dato estimado en 2019), y de 5,4 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>e en el total del tráfico aéreo que entra, sale y circula en Canarias.

La descarbonización del turismo se ha convertido en una necesidad urgente si queremos cumplir los objetivos de la Cumbre de París y limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C.

Para lograrlo, es necesario que los actores del sector turístico tomen medidas concretas y compromisos firmes para reducir su huella de carbono. Desde la promoción del turismo sostenible hasta la adopción de prácticas más responsables en la gestión de los recursos naturales y la energía, hay muchas formas en que el turismo puede contribuir a la lucha contra el cambio climático.

Es hora de que la industria turística asuma su responsabilidad y adopte un enfoque más sostenible y responsable para el futuro del planeta.

## 2. Una estrategia para la transformación del modelo turístico canario y el compromiso con la neutralidad climática

La estrategia *Canarias Destino*, enunciada en marzo de 2021 en plena crisis del covid-19 y finalmente aprobada en marzo de 2022 —una vez superadas las peores afecciones de la pandemia a la actividad turística—, es la estrategia de transformación que Turismo de Canarias propone al sector y al resto de agentes del ecosistema turístico canario, incluidas las distintas Administraciones insulares y locales del archipiélago, y a la ciudadanía en su conjunto, para construir a lo largo de los próximos años (2022-2024) un turismo más competitivo a través de una mejora de su resiliencia, un mayor compromiso con la neutralidad climática y una potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la ciudadanía y las empresas de Canarias.

La estrategia *Canarias Destino* se organiza en torno a ocho ejes transversales de actuación:

### Eje 1. El liderazgo digital

La digital no es solo una tecnología para la mejora de procesos y la potenciación de la promoción. Con un potencial de aceleración de la obsolescencia más que acreditado, la digitalización es el elemento clave para la transformación de nuestro modelo turístico. Solo desde una perspectiva compartida de liderazgo digital a nivel global es posible desarrollar esa transformación y garantizar la competitividad futura de Canarias.

## **Eje 2. La conexión directa con el visitante**

El corazón de toda nuestra actividad turística se concentra en los deseos y las emociones de las personas que nos visitan. Si no somos capaces de ser relevantes en ese delicado territorio de intangibles, ninguna estrategia podrá compensarlo. Por eso, establecer y desarrollar con ellas una conexión directa, que nos permita conocer y responder a sus intereses y expectativas, es un objetivo irrenunciable.

## **Eje 3. La gestión del conocimiento**

El acceso a la información, y su transformación en valor, es una poderosa herramienta competitiva. «La información es poder» es una expresión de renovada actualidad a medida que la tecnología acelera los procesos de captación y explotación. Desde un enfoque abierto y transparente, abierto a la colaboración y compartición, debemos convertir la inteligencia turística en una de nuestras fortalezas.

## **Eje 4. La innovación y la creatividad**

El liderazgo que hemos alcanzado debe mucho a las excepcionales condiciones naturales y climáticas de nuestras islas, pero también a la visión de muchas personas y organizaciones con espíritu emprendedor. Ahora, cuando se acrecientan los cambios en el consumo turístico y la madurez de destinos como el nuestro parece convertirse en una amenaza, debemos responder con mayor carácter innovador y más creatividad.

## **Eje 5. La extensión y cohesión de la cadena de valor**

Incrementar la presencia del «componente canario» en todas las prestaciones turísticas, desde el alojamiento a la restauración o al ocio, y fomentar que sus beneficios alcancen a más personas, actividades y territorios, hará nuestro turismo más justo, más querido y nuestro. E igualmente más competitivo y sostenible y, por tanto, más atractivo para nuestros potenciales visitantes.

## **Eje 6. El aprendizaje y la iteración constante**

No tenemos todas las respuestas. Nadie las tiene. Frente a esta situación de elevada incertidumbre debemos asumir un escenario de cambio constante y potenciar nuestras capacidades de adaptación a partir de la anticipación de tendencias internacionales, la formación de nuestros profesionales en competencias y habilidades de gestión del cambio y la flexibilización de todos nuestros procesos.

### **Eje 7. El empoderamiento del destino**

El turismo es una actividad compleja de dimensión global caracterizada por la dicotomía origen-destino. En ella, los destinos han estado tradicionalmente, y Canarias no es una excepción, en una posición supeditada a objetivos externos. El reto hoy es superar esa dicotomía para alcanzar un mayor grado de control de todo el proceso productivo turístico desde la confluencia y la cooperación con el resto de los agentes implicados.

### **Eje 8. La cogobernanza y la colaboración público-pública y público-privada**

La diversidad de destinos y recursos que ofrece el archipiélago es una fortaleza que ha contribuido decididamente a nuestra trayectoria histórica. Pero, si no se gestiona con inteligencia, la diversidad puede conllevar también dispersión de esfuerzos, derroche de recursos e ineficiencias. La cogobernanza y la colaboración son las herramientas a impulsar para evitar estos riesgos sin menoscabo del valor de nuestra diversidad.

## **3. La adhesión del destino a la Declaración de Glasgow**

El pasado 24 de octubre de 2022 en Lanzarote, los siete Cabildos, ocho patronales turísticas, junto con tres Cámaras de Comercio de Canarias, firmaron la Declaración de Glasgow por una década de Acción Climática<sup>1</sup> (enunciada en noviembre de 2021 en la COP26, en Glasgow) por la que los signatarios se comprometen a trabajar para conseguir una reducción de las emisiones de CO<sub>2</sub>e en un 50 % en 2030 y lo antes posible, y antes de 2050, alcanzar el cero neto (UNWTO, 2021).

Esta declaración fue suscrita habiendo aprobado previamente, el 5 de octubre, en el Consejo Canario de Turismo el *Plan Maestro de Acción Climática del destino Islas Canarias*, siendo hasta la fecha de este artículo la única comunidad autónoma española que lo tiene aprobado y en ejecución.

## **4. Nuestro Máster Plan de Acción Climática. El objetivo es reducir, pero la clave es medir**

Para afrontar el reto de descarbonizar nuestra economía turística, la clave está en medir para luego poder reducir, y esto solo se consigue con el compromiso y esfuerzo individual de los miembros de cada uno de los grupos de interés del destino. Pero el éxito solo se logrará si el movimiento es colectivo, masivo, global, medible, comunicado, acompasado y, en resumen, bien orquestado.

---

<sup>1</sup> <https://turismodeislascanarias.com/es/actualidad/turismo-de-canarias-refuerza-la-descarbonizacion-del-sector-con-un-plan-para-reducir-al/>

¿Cómo podemos hacerlo? ¿Cómo podemos garantizar que cada actor individual, y especialmente las pequeñas y medianas empresas, puedan medir y reducir su propia huella de carbono y al mismo tiempo poder medir el progreso del destino en su conjunto?

Podemos hacerlo:

- Proporcionando una solución de medición de las emisiones de CO<sub>2</sub>e que se adapte a su actividad específica, que sea fácilmente comprensible y que esté orientada al trabajo a largo plazo.
- Brindando a las empresas el soporte necesario de forma permanente.
- Monitorizando y comunicando en todo momento cuál es el progreso de cada empresa y del destino en su conjunto.

Todo ello desde una única solución centralizada en la nube basada en los protocolos científicos internacionales de referencia, ISO 14061 y el GHG Protocol, y todo a coste cero para las empresas turísticas canarias.

## 5. Las cinco vías del viaje y las medidas que proponemos

Las acciones recogidas en el *Plan Maestro de Acción Climática del destino Islas Canarias* se ordenan en relación con las cinco vías de actuación propuestas en la Declaración de Glasgow, a fin de garantizar y armonizar la integración de los planes de todos los agentes turísticos a nivel local y global.

### Vía 1. Medición

La medición de la huella de carbono es una medida de cuantificación del impacto en el cambio climático de las actividades que se realizan a diario por parte de individuos, organizaciones, productos o territorios, y se ha convertido en un importante indicador en el debate público sobre el cambio climático y sus efectos, así como una herramienta para transparentar el resultado de las medidas adoptadas por la descarbonización.

Por este motivo, las Administraciones públicas deben desarrollar la puesta en marcha de estrategias para facilitar el cálculo de la huella de carbono de sus organizaciones y territorios, así como la estimación de las absorciones de CO<sub>2</sub> equivalente que generan los proyectos de descarbonización, siempre con la neutralidad climática como objetivo final.

Las metodologías y herramientas de dichas acciones deben estar en consonancia con las directrices de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre

el Cambio Climático (CMNUCC) en lo tocante a la medición, presentación de informes públicos y verificación de datos. Además, es preciso garantizar que dichas herramientas sean transparentes y accesibles. Asimismo, la medición debe cumplir los criterios que marcan los organismos internacionales asociados o resultantes de la Convención Marco, como son el IPCC (Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático), el GHG Protocol y la ISO 14061.

La medida que se articula en el *Plan Maestro de Acción Climática del destino Islas Canarias* para el abordaje de esta primera vía de actuación es la puesta en marcha y gestión de una calculadora para la medición de la huella de carbono total del turismo canario y de su cadena de valor (alcances 1, 2 y 3) y la información pública y periódica de la evolución de las emisiones.

## **Vía 2. Descarbonización**

La configuración de un plan climático en el sector turístico está obligado a determinar y cumplir objetivos alineados con la ciencia del clima para acelerar la descarbonización. En este apartado se incluyen medidas en el transporte, las infraestructuras públicas y privadas, las instalaciones de alojamiento, las actividades, las comidas y bebidas y la gestión de residuos. Las medidas que se determinen deben promover, en primer lugar, acciones de mitigación en origen con impacto directo para concretar reducciones reales y efectivas de las emisiones resultantes. Aunque la opción de la compensación de la huella de carbono de un territorio turístico puede tener un papel relevante en este proceso, debe ser complementaria a las reducciones reales de aquellos impactos directos asociados a la actividad, que en cualquier caso deben producirse. La compensación de la huella de carbono es, sin duda, una herramienta útil pero no suficiente en una estrategia real para la descarbonización del turismo.

Una perspectiva de interés a un enfoque que, de manera correcta, anteponga la descarbonización a otras opciones de compensación y/o mejora de la sostenibilidad medioambiental, es la percepción ciudadana sobre el impacto ecológico propio. Cada día más, las personas dispuestas a viajar contemplan su propia huella de carbono y la actitud del destino respecto a su reducción como un factor de decisión importante a la hora de escoger dónde disfrutar de sus vacaciones.

Las medidas que se articulan en el *Plan Maestro de Acción Climática del destino Islas Canarias* para el abordaje de esta segunda vía de actuación son la puesta en marcha y gestión de un servicio integral de asesoramiento y acompañamiento a través de la Oficina de Sostenibilidad de Turismo de Islas Canarias,

y la creación y actualización de un catálogo de medidas de descarbonización ordenado por subsectores y ámbitos de actuación.

### **Vías 3 y 4. Regeneración y Colaboración**

La Declaración de Glasgow sobre el turismo plantea los objetivos de «restaurar y proteger los ecosistemas, afianzando la capacidad de la naturaleza de capturar el carbono, así como salvaguardando la biodiversidad, la seguridad alimentaria y el suministro de agua». En particular, dicho documento tiene en cuenta que una gran parte de la actividad turística se desarrolla en regiones especialmente vulnerables a los impactos del cambio climático, de modo que es preciso garantizar que el sector pueda apoyar a las comunidades afectadas y en situación de riesgo para mejorar su resiliencia, así como mejorar la adaptación y respuesta a los incidentes climáticos y los efectos negativos producidos por la mayor presión derivada de la actividad turística, como los espacios naturales más visitados o las franjas del litoral de las islas. Obviamente, este apoyo puede y debe optimizarse desde una perspectiva de colaboración que supere el limitado impacto de la acción individualizada y desconectada del entorno, a través de la articulación de estrategias de cooperación público-privada de carácter permanente. Esta visión compartida supone la necesidad de poner en común pruebas de los riesgos y soluciones con todos los agentes públicos y privados que participan en la actividad turística, y también con los huéspedes, con el objetivo de asegurar la eficacia de las acciones a desarrollar y la ejecución coordinada de los mismos, fortaleciendo la cogobernanza a todos los niveles de la Administración e incluyendo a la sociedad civil, las grandes empresas y las pymes, los grupos vulnerables, las comunidades locales y los visitantes.

La medida que se articula en el *Plan Maestro de Acción Climática del destino Islas Canarias* para el abordaje de estas dos vías de actuación es la creación de un instrumento jurídico permanente de colaboración público-privada articulado desde Turismo de Islas Canarias, que permita acometer con mayor garantía de éxito la regeneración de los ecosistemas naturales sobre los que se desarrolla la actividad turística.

### **Vía 5. Financiación**

En la quinta vía de actuación se plantea como objetivo garantizar que los recursos y la capacidad de las organizaciones sean, en línea con lo señalado en la Declaración de Glasgow, suficientes para cumplir los objetivos fijados en sus respectivos planes climáticos. Como consecuencia de ello, hay que tener en cuenta su financiación a través, en el caso de la Administración pública, de

herramientas fiscales y políticas efectivas para acelerar la transición que representa para el sector el viaje a la descarbonización.

## 6. Conclusión

El *destino Islas Canarias* tiene un *Plan Maestro de Acción Climática*, desplegado en la Plataforma de Destino, que va a permitir a cada uno de los actores del destino, y a este en su conjunto, gestionar y acelerar su viaje hacia la descarbonización y así acercarnos con mayor garantía al objetivo de reducir nuestras emisiones en un 50 % en 2023, y lo antes posible —siempre antes de 2050—, alcanzar la neutralidad climática.

## Referencias bibliográficas

ISTAC. (2022). *Encuesta sobre el Gasto Turístico*.

<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/sectorservicios/hosteleriayturismo/demanda/C00028A.html>

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F. et al. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528.

<https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

UNWTO. (2021). Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo

<https://www.unwto.org/es/declaracion-de-glasgow-sobre-la-accion-climatica-en-el-turismo>

# Gestión eficiente del agua y turismo: avanzando hacia la sostenibilidad

---

### **Inés Ruiz-Rosa**

Profesora Titular de Universidad  
Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas  
Universidad de La Laguna

### **Natalia Antonova**

Personal Investigador  
Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas  
Universidad de La Laguna

### **Javier Mendoza-Jiménez**

Profesor Ayudante Doctor  
Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica  
Universidad de La Laguna

## 1. Introducción

El acceso al agua potable y al saneamiento son reconocidos como un derecho humano (Naciones Unidas, 2021). En este sentido, entre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que configuran la Agenda de las Naciones Unidas 2030 –adoptada en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas y aprobada por sus 193 miembros–, el sexto se centra en la necesidad de garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el acceso al saneamiento. En esta tarea, las empresas juegan un papel protagonista por lo que resulta fundamental incluir aspectos vinculados con la gestión sostenible de los recursos naturales en la planificación de la actividad empresarial. Autores como Sarni y Grant (2018) reconocen que una mejor eficiencia en la gestión del agua por parte de las organizaciones empresariales puede traducirse en un aumento de su valor añadido.

Entre las actividades empresariales en las que la disponibilidad de agua se convierte en una variable casi imprescindible se encuentra el turismo (Tirado et al., 2019). Concretamente, es la actividad hotelera, en comparación con el resto de

fórmulas de alojamiento turístico, a la que se le asocia un mayor consumo de agua (Dinarès e i Pujol, 2015; Carmona-Moreno et al., 2004). En este sentido, Gössling et al. (2012) estimaron un consumo medio de agua en los hoteles de 300 litros por día frente a una media de 160 litros por día de la población residente. Rico-Amoros et al. (2009) hacen un análisis del consumo de agua en establecimientos hoteleros en Benidorm (España) obteniendo, como consumo medio en un hotel de cuatro estrellas, un total de 361 litros por persona y día, volumen que llega a resultar muy superior, hasta 600 litros por persona y día, en hoteles de cinco estrellas (Hadjikakou et al., 2013).

Por lo tanto, resulta fundamental diseñar sistemas de gestión eficiente del agua específicamente para y por la industria hotelera, necesidad que se hace más urgente en territorios con escasez hídrica (Tortella y Tirado, 2011; Rico-Amoros et al., 2009). En esta línea, ya adelantaba Gössling et al. (2019) que el estrés hídrico, referido a la presión que se ejerce sobre el agua en una determinada región para cubrir las necesidades hídricas de un número de personas cada vez más numeroso, puede ocasionar problemas en los destinos. Es por esta razón que diseñar estrategias que permitan un consumo racional del agua en las empresas hoteleras es fundamental, especialmente en áreas con factores geoclimáticos adversos.

## 2. Análisis de los retos

Potenciar un consumo racional del agua en un contexto como el de Canarias, que sufre de un alto estrés hídrico y ha tenido que recurrir a fórmulas como la desalación del agua del mar para paliar la falta de este recurso, no es una opción sino una necesidad. Por lo tanto, se plantea la creación de mecanismos que faciliten el necesario equilibrio que debe haber entre actividad turística y disponibilidad de agua con el fin de garantizar la sostenibilidad del archipiélago. Una región en la que la dotación natural de agua, a través de sistemas superficiales y subterráneos, no parece ser suficiente para alimentar la demanda de los distintos sectores productivos entre los que destaca, por su importancia, el turismo.

En el caso concreto de la industria hotelera, se han identificado una serie de factores que condicionan el consumo de agua en este tipo de alojamientos, algunos de ellos pueden ser más o menos controlados por las propias empresas (factores micro) y otros no son modificables por el ser humano, al menos

en el corto plazo, pero que se deben tener en cuenta a la hora de analizar los primeros (factores macro).

**Factores micro:**

- Características físicas, como puede ser el tamaño del hotel medido en número de camas, la superficie o la categoría.
- Tipo de servicios que ofrece el hotel y que conllevan consumo de agua (restaurantes, lavandería, spas...).
- Política del hotel en relación con la gestión de los recursos.

**Factores macro:**

- Variables vinculadas con la actividad turística de la región, como puede ser el nivel de ocupación o la estacionalidad de la actividad turística.
- Condiciones geoclimáticas de la zona en la que se ubica.

Gössling et al. (2012) y Hadjikakou et al. (2013) reconocen que existe un consumo de agua directamente asociado con la actividad turística y otro indirecto, vinculado con las actividades paralelas que se desarrollan en torno al turismo. En este sentido, la mayoría de los estudios están referidos al consumo directo de agua, aunque no hay que perder de vista el impacto del consumo indirecto. Vinculado con ese consumo indirecto resulta imprescindible, en el caso de Canarias, lograr una cadena productiva más sostenible para el turismo, como podría ser el caso, por ejemplo, de la agricultura.

### 3. Reflexiones sobre cómo abordarlos

Actualmente, se percibe una creciente preocupación, por parte de las empresas hoteleras, en poner en marcha sistemas que permitan una óptima gestión de este recurso, sobre todo en territorios con escasez hídrica. Desde acometer inversiones para la modernización y mejora de las infraestructuras —como puede ser la instalación de elementos de consumo eficiente del agua que se ha demostrado que permite reducir un 30 % del consumo (Cooley et al., 2007)—, hasta el desarrollo de programas de sensibilización dirigido sobre todo a clientes y la puesta en marcha de propuestas formativas para el personal.

En el Cuadro 1 se aporta un listado de medidas que se podrían poner en marcha por parte de la industria hotelera con el ánimo de gestionar de maneras más eficientes los recursos hídricos.

**Cuadro 1.** Medidas de gestión eficiente del agua por servicios

Servicios	Medida
<b>Jardines</b>	Instalar sistemas de control de uso del agua
	Seleccionar plantas que requieran poca agua y/o vegetación autóctona
	Reducir la zona de césped
	Instalar sistemas de riego por goteo, aspersión o exudación, según el caso, con programadores de riego
	Reutilizar aguas depuradas para el riego
	Utilizar agua desalada
<b>Piscinas</b>	Regar en horas de menor calor
	Reducir el tamaño de las piscinas
	Evitar el uso de fuentes, cascadas y en general aquellos elementos que aumenten la evaporación
	Cubrir las piscinas por la noche puede evitar la evaporación en climas cálidos
	Instalar sistemas de recogida de agua que se desborda para devolverla a la piscina
<b>Lavandería</b>	Utilizar agua de mar
	Sistema de control en las lavadoras
<b>Habitaciones</b>	Instalar sistemas de recirculación de agua y/o túneles de lavado
	Instalar sistemas eficientes en duchas, grifos, cisternas...
<b>Cocinas</b>	Instalar sistemas de reciclaje de agua para las cisternas
	Instalar electrodomésticos eficientes (por ejemplo, trenes de lavavajillas con recuperador del calor)
<b>Actividades</b>	Sistemas eficientes en grifos
	Diseñar campos de golf eficientes en el uso del agua
<b>Gestión</b>	Utilizar agua regenerada
	Organizar campañas de sensibilización para el personal y los clientes que fomenten el uso eficiente del agua
	Aprovechar las aguas pluviales

Fuente: *Elaboración propia a partir de Gössling et al. (2012)*

## 4. Conclusiones

Mejorar la gestión del agua es una tarea urgente que cobra una mayor relevancia en un contexto como el de Canarias donde se vaticina que las consecuencias del cambio climático pueden tener mayores impactos que en otras latitudes. Para ello, el sector hotelero, que es uno de los motores de la economía y del desarrollo, debe jugar un papel fundamental sirviendo de ejemplo no solo dentro del propio sector, sino también para otras actividades productivas tanto las relacionadas con el turismo como las que no.

Como punto de referencia para las acciones que se deben llevar a cabo para esa mejora, ya en la literatura especializada se recogen ejemplos de buenas prácticas en lo que se refiere a gestión del agua en la industria hotelera. Es el caso, por ejemplo, de la instalación de aireadores de bajo caudal y rociadores de ducha en hoteles (Gatt y Schranz, 2015), de la puesta en marcha de sistemas de reutilización de aguas residuales para el riego de los jardines de los hoteles (Ruiz-Rosa et al., 2017) o de inversiones más complejas como la instalación de biorreactores de membranas para el tratamiento de agua residual (Antakyali et al., 2008; Atanasova et al., 2017).

En cualquier caso, resulta fundamental invertir en investigación y desarrollo para la experimentación con nuevos procesos y procedimientos que permitan afinar el consumo de agua en los hoteles. Además de incorporar las ventajas que aportan los sistemas de aprendizaje automático para facilitar información para la gestión. Esta experimentación debe aportar datos en abierto y comparables de cara a facilitar el análisis conjunto y, por lo tanto, la toma de decisiones.

## Referencias bibliográficas

- Antakyali, D., Krampe, J. and Steinmetz, H. (2008). Practical application of wastewater reuse in tourist resorts. *Water Science and Technology*, 57(12), 2051-2057. <https://doi.org/10.2166/wst.2008.334>
- Atanasova, N., Dalmau, M., Comas, J., Poch, M., Rodriguez-Roda, I. and Buttiglieri, G. (2017). Optimized MBR for greywater reuse systems in hotel facilities. *Journal of Environmental Management*. 193, 503-511. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2017.02.041>
- Carmona-Moreno, E., Céspedes-Lorente, J., & De Burgos-Jiménez, J. (2004). Environmental strategies in Spanish hotels: contextual factors and performance. *The Service Industries Journal*, 24(3), 101-130. <https://doi.org/10.1080/0264206042000247786>
- Cooley, H., Hutchins-Cabibí, T., Cohen, M., Gleick, P.H., & Heberger, M. (2007). *Hidden oasis. Water conservation and efficiency in Las Vegas*. Pacific Institute and Western Resource Advocates.

- Dinarès, M., & Pujol, D. S. (2015). Water consumption patterns of hotels and their response to droughts and public concerns regarding water conservation: The case of the Barcelona hotel industry during the 2007-2008 episode. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 623-649. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.255>
- Gatt, K. and Schranz, C. (2015). Retrofitting a 3-star hotel as a basis for piloting water minimisation interventions in the hospitality sector. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 115-121. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.06.008>
- Gössling, S., Araña, J. E., & Aguiar-Quintana, J. T. (2019). Towel reuse in hotels: Importance of normative appeal designs. *Tourism Management*, 70, 273-283. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.027>
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. *Tourism Management*, 33(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.015>
- Hadjikakou, M., Chenoweth, J., & Miller, G. (2013). Estimating the direct and indirect water use of tourism in the eastern Mediterranean. *Journal of environmental management*, 114, 548-556. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2012.11.002>
- Rico-Amoros, A. M., Olcina-Cantos, J., and Saurí, D. (2009). Tourist land use patterns and water demand: Evidence from the Western Mediterranean. *Land Use Policy*, 26(2), 493-501. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2008.07.002>
- Ruiz-Rosa, I., García-Rodríguez, F. J. & Santamarta-Cerezal, J.C. (2017). Redirecting hotel management towards greater efficiency in water consumption: a case study. *International Journal of Sustainable Development*, 20. <https://doi.org/10.1504/IJSD.2017.10011036>
- Tirado, D., Nilsson, W., Deyà-Tortella, B., & García, C. (2019). Implementation of water-saving measures in hotels in Mallorca. *Sustainability*, 11(23), 6880. <https://doi.org/10.3390/su11236880>
- Tortella, B. D., & Tirado, D. (2011). Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca. *Journal of Environmental Management*, 92(10), 2568-2579. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.05.024>
- United Nations. (2021). *Summary Progress Update 2021 – SDG 6 – Water and Sanitation for all*. UN-Water Technical Advisory Unit. <https://www.unwater.org/publications/summary-progress-update-2021-sdg-6-water-and-sanitation-for-all/>

# La transición hacia los residuos cero en el turismo: claves para el sector alojativo

---

**Eugenio Díaz-Farina**

*Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos  
Universidad de La Laguna*

**Noemí Padrón-Fumero**

*Profesora Titular de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos  
Universidad de La Laguna*

## 1. Introducción

La producción de residuos en todo el mundo se ha incrementado en las últimas décadas como consecuencia del aumento de la población y del consumo de bienes y servicios, así como por el modelo hegemónico de una economía lineal que maximiza el consumo de materias primas y la generación de residuos. Muchos de estos residuos son peligrosos y pueden contaminar el aire, el agua y el suelo, causando daños a la salud humana y al medioambiente. Además, una gestión inadecuada de los residuos puede tener efectos negativos en las comunidades y economías locales. Bajo este contexto, la Agenda de las Naciones Unidas 2030 (2015) considera un modelo de consumo y producción sostenible, además de una gestión sostenible de residuos en 3 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados.

En este contexto, la Unión Europea ya en el año 2008 creó un marco legislativo de residuos con el que se establecieron ambiciosos objetivos. Sin embargo, y a pesar de las mejoras en la gestión de residuos impulsadas por diversas políticas de la UE en materia de residuos, la cantidad de residuos municipales generados no ha disminuido desde 2015. Por este motivo, se están aplicando nuevas políticas para promover acciones en niveles superiores de la jerarquía de gestión de residuos. Entre ellas, se incluye el *Pacto Verde Europeo* (CE, 2019), el *Plan de Acción de Economía Circular 2020* (CE, 2020) y la *Directiva Marco de Residuos* (UE, 2018).

El turismo, como una de las grandes industrias del mundo y con el crecimiento más acelerado en las últimas décadas, contribuye a la generación de residuos y de una manera notable. Además, el turismo ejerce una presión adicional sobre las redes de gestión de residuos, especialmente las municipales. De hecho, una inadecuada gestión de residuos en los destinos turísticos puede tener un impacto económico significativo, afectando la calidad de la experiencia del turista, la calidad de los recursos turísticos y de los productos locales y la imagen del destino. Es necesario, por tanto, la adopción de políticas específicas para las actividades turísticas que promuevan una gestión sostenible de residuos en los destinos turísticos y una transición hacia residuos cero.

## 2. La invisibilidad del turismo en la generación de residuos

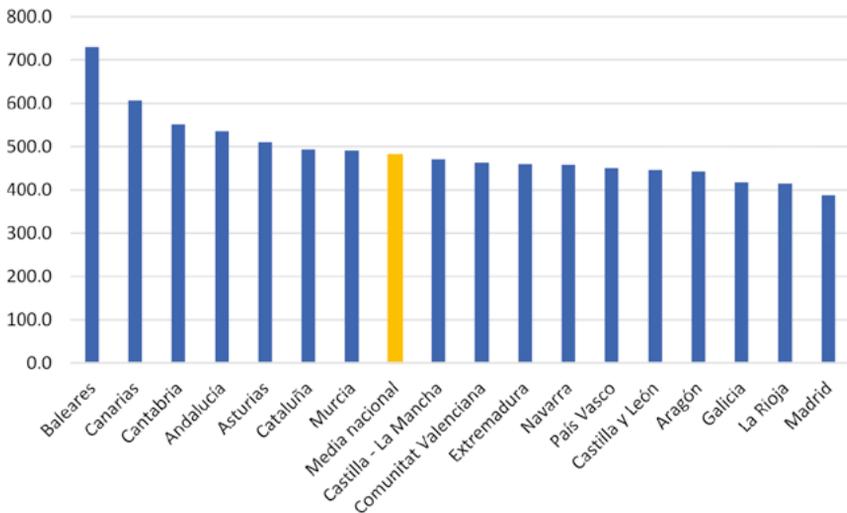
El turismo representa una importante oportunidad para el crecimiento de muchas economías, en particular las pequeñas, como los territorios insulares. Sin embargo, la presión que el turismo ejerce sobre el medioambiente y las comunidades locales puede alcanzar niveles insostenibles en algunas zonas (Wang et al., 2021). De hecho, la generación de residuos es una de las consecuencias negativas para el medioambiente más evidentes de este sector y, sin embargo, sigue siendo una de las áreas menos estudiadas. Un factor importante que contribuye a la escasez de estudios en este ámbito es la falta de una contabilidad de los residuos generados por el sector turístico, ya que no existe un sistema de medición, como sí existe para el consumo de agua y energía (Díaz-Farina et al., 2023). Además, aunque existen servicios de recolección de residuos que permitirían llevar una buena contabilidad, tales como el servicio puerta a puerta, estos no están muy extendidos y carecen de medios (especialmente tecnológicos) que faciliten tanto la recogida como la cesión de esta información.

Para entender la falta de información sobre la generación de residuos de las actividades turísticas y su complejo abordaje, es necesario profundizar tanto en el tipo de residuo que se genera en el turismo —en particular en la hostelería como principal actividad turística generadora— como su clasificación en la normativa europea y de otros territorios desarrollados del mundo. Concretamente, los residuos no peligrosos producidos por los establecimientos de la hostelería se definen como residuos comerciales, que son residuos asimilables a los producidos por los hogares, pero generados por la actividad comercial y de servicios, y cuya competencia recae sobre las entidades locales (Díaz-Farina et al., 2020). Si bien las entidades locales tienen la capacidad de excluir a los generadores de residuos comerciales de sus sistemas de gestión de residuos

municipales, obligándoles a la autogestión, esta opción exigiría a dichas entidades desarrollar un sistema de autorización y de monitorización periódica de las actividades externalizadas. Por tanto, la exclusión de los generadores de residuos comerciales de la red municipal implicaría un coste adicional para el control de las actividades privadas de gestión de los residuos y, dependiendo del tamaño de la red municipal, una ineficiencia económica derivada de la duplicación de dicha red.

Como consecuencia de ello, los municipios turísticos asumen la gestión de los residuos comerciales —asimilables a domésticos— de las actividades turísticas, y su impacto queda sistemáticamente escondido en los indicadores de residuos municipales residenciales. Prueba de ello es que las regiones turísticas exhiben los mayores indicadores de generación de residuos domésticos per cápita, tal y como se recoge en el Gráfico 1.

**Gráfico 1.** Generación de residuos municipales per cápita por CC. AA. españolas. Kilogramos por habitante, media de 2010-2020



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

La falta de información sobre los impactos del turismo en la escala local debilita el desarrollo de políticas específicas que ayuden a mejorar los sistemas de gestión de residuos generados por el turismo. Por tanto, la identificación y medición de la contribución del turismo a la generación de residuos debe ser el primer paso para el desarrollo de estrategias de minimización de residuos y economía circular para el sector turístico. De lo contrario, nos encontraremos

con servicios municipales deficitarios y mal dimensionados, además de causantes de subvenciones cruzadas entre distintos grupos de contribuyentes.

Ante esta falta de información precisa sobre los residuos generados y recogidos en la industria turística, ha sido necesario recurrir a estimaciones estadísticas para aproximar la dimensión del problema. Los estudios más destacados en este sentido son los realizados por Saito (2013), Mateu-Sbert et al. (2013), Abdulredha et al. (2018) y Estay-Ossandon & Mena-Nieto (2018). Estos autores evidencian una generación de residuos diaria ligada al turismo de entre 0,89-5,9 kilogramos por turista, con una contribución global de la industria turística entre el 10,7 y el 12 %. Estas cifras de generación de residuos por turista llegan a duplicar las cifras de la población residente, que oscila entre los 0,8-1,8 kilogramos al día (Shamshiry et al., 2011). Díaz-Farina et al. (2020) introduce un método novedoso —sin considerar que toda la actividad económica producida en el sector de la restauración se debe al turismo— para estimar el impacto del turismo en la generación de residuos, resultando en 0,4 kilogramos diarios de residuos por turista distribuidos entre 0,33 kilogramos en el sector alojativo y 0,07 kilogramos en el sector de la restauración, con una contribución total en torno al 3,3 % de las actividades características del turismo al total de residuos municipales generados en la isla de Tenerife.

### **2.1. El impacto del sector hotelero en la generación de residuos**

El sector hotelero es considerado el mayor generador de residuos en este sector. Antes de profundizar, conviene mencionar cómo se clasifican los residuos que genera. Así, los residuos producidos por la industria alojativa pueden clasificarse, *grosso modo*, como peligrosos y no peligrosos. Siguiendo a Pirani & Arafat (2014), los residuos peligrosos producidos en hostelería se componen principalmente de aceites vegetales usados (UCO), restos de pintura y disolventes, material inflamable, fertilizantes y productos químicos, productos químicos de limpieza, pilas, fluorescentes y otros materiales eléctricos y electrónicos (RAEE). Los residuos no peligrosos, por su parte, se componen de restos de comida (desperdicios alimentarios), cartón, papel, plásticos, metal, vidrio, telas, madera y otros residuos orgánicos. Son estos residuos no peligrosos los gestionados por las entidades locales, salvo excepciones.

Una gran parte de los residuos no peligrosos son los desperdicios alimentarios, que llegan a ser hasta del 50 % del total de residuos generados por un establecimiento de hostelería (WRAP, 2011). El desperdicio de alimentos es «el descarte o uso alternativo (no alimentario) de alimentos que eran aptos para el consumo

humano por decisión propia o después de que se haya dejado que los alimentos se estropeen o caduquen por negligencia» (FAO, 2015, p.1). Se clasifica en evitables (alimentos que eran comestibles antes de ser tirados), posiblemente evitables (alimentos que son consumidos por algunos, pero no por otros, dependiendo de cómo fueron preparados) o inevitables, por ejemplo, durante la preparación (Pirani & Arafat, 2014). En el sector de la hostelería, los residuos pueden clasificarse a su vez, en función de los distintos procesos del servicio alimentario, como precocina, cocina y poscocina (WRAP, 2011). Hay que tener en cuenta que el desperdicio alimentario poscocina está directamente relacionado con el comportamiento del consumidor y es, en general, el mayor flujo de desperdicio alimentario.

## 2.2. Los determinantes de la generación de residuos en hoteles

Los principales determinantes de la generación de residuos en el sector hotelero son el tamaño del establecimiento, la tasa de ocupación, el tipo de hotel, la categoría, el precio de la habitación, la gestión interna de residuos, las actividades de los huéspedes y del personal, y las características, así como el comportamiento y poder adquisitivo de los huéspedes (Pirani & Arafat, 2014). En el caso de los factores determinantes de la generación de desperdicios alimentarios, estos pueden identificarse mejor examinando todo el proceso del servicio de comidas, clasificado en seis pasos, tal y como exponen Kasavan et al. (2022) en su reciente revisión bibliográfica:

- La compra de provisiones alimentarias: la compra de alimentos de baja calidad, la compra en exceso o no a granel, la no consideración de las fechas de caducidad y la mala manipulación por parte de los proveedores.
- El almacenamiento de alimentos crudos: mal inventario, un control inadecuado, espacio de almacenamiento insuficiente, maquinaria de conservación de alimentos inadecuada y temperaturas de almacenamiento incorrectas.
- La estimación de la demanda de comidas: estimaciones de demandas imprecisas dan lugar a que se preparen alimentos en exceso, que no pueden almacenarse ni reutilizarse para otros platos. En el caso de los servicios tipo *buffet*, se estima que la incertidumbre de la demanda genera hasta un 30 % más de residuos alimentarios. La experiencia y la formación del personal de cocina también son relevantes para el grado de desperdicio durante la preparación de los alimentos.

- El tipo de servicio de comidas: los restaurantes tipo *buffet* son los que generan más residuos alimentarios, que se incrementan cuanto más estaciones de *buffet* se dispongan. Los restaurantes «a la carta» solo generan mayores niveles de desperdicio durante la preparación de los alimentos. En los establecimientos turísticos con todo incluido, el desperdicio de alimentos se debe principalmente a factores como la constante disposición de comida para satisfacer a los huéspedes, una baja calidad de alimentos, amplia variedad de menús y la velocidad de servicio esperada. Otros factores determinantes son: el tamaño de las porciones servidas, el tamaño del plato, errores en los pedidos, la mala comunicación a los clientes sobre los métodos de cocción y el tamaño de las porciones, y los intereses contrapuestos entre los distintos departamentos del hotel.
- La gestión de sobras: la reutilización de las sobras está determinada por las restricciones legales, por razones de seguridad. Sin embargo, la comida no servida sí que se puede reutilizar para elaborar otras comidas, pero también depende de la calidad de los alimentos, el envasado y el almacenamiento a temperaturas adecuadas. Las donaciones de alimentos a organizaciones benéficas y las ventas al final del día (ejemplo de *Too Good To Go*) ayudan a reducir los residuos alimentarios.
- La separación de residuos: separar los residuos alimentarios para darles otros usos, como para hacer compostaje, para alimentación animal, para hacer combustibles o generar biogás. Aunque existen barreras que dificultan la separación de residuos alimenticios, tales como información insuficiente, baja financiación, falta de espacio para el almacenamiento de residuos, escasa formación del personal, instalaciones inadecuadas, falta de tiempo y escaso apoyo de la dirección del hotel.

### 3. Nuevas políticas de economía circular: hacia un pago por generación de residuos en los establecimientos

La última modificación del marco europeo para la gestión de residuos (Directiva UE 2018/851) del 30 de mayo de 2018 introduce novedades para superar los sistemas tradicionales de gestión de residuos centrados en la gestión de los residuos generados: manejar la recolección, el transporte, el procesamiento y la eliminación de materiales de desecho de una manera ambientalmente sostenible y socialmente responsable, con esfuerzos dirigidos a reciclar y a reducir la generación de residuos. Por el contrario, la nueva Directiva 2018/851 ha actualizado el marco de gestión de residuos estableciendo como objetivo

principal lograr una economía circular, apostando por la prevención y la reutilización —mejorando el diseño de los productos—, así como la valorización de estos a través del reciclaje y de la generación de energía. Esta actualización del marco europeo de residuos supone una oportunidad para lograr una transición hacia residuos cero y avanzar hacia un futuro más sostenible.

El actualizado marco europeo de gestión de residuos ofrece una serie de oportunidades para lograr una economía circular reduciendo la dependencia de los recursos naturales. En primer lugar, se refuerza y amplía el principio de responsabilidad ampliada del productor (RAP) para la gestión de residuos. Esto implica que los productores del residuo son responsables de todo el ciclo de vida de sus productos, incluida la gestión —recogida y tratamiento— de los residuos generados tras su uso. Esto debería animar a más productores a diseñar productos que sean más fáciles de reciclar, reutilizar o reparar, y a responsabilizarse de la eliminación de los productos al final de su vida útil. En segundo lugar, se fomenta el uso de instrumentos económicos, como los impuestos de eliminación de residuos y los sistemas de pago por generación de residuos, que incentiven la prevención y promuevan su reciclaje.

De manera esquematizada, las políticas más eficaces para lograr una transición hacia los residuos cero que se promueven con la actualización del marco europeo de residuos son las siguientes:

- Prevención de residuos: normas y reglamentos de diseño de productos para alargar la vida útil de los mismos; modelos de producción y consumo sostenibles, priorizando la venta a granel y en envases reutilizables; reutilización a través de la donación y actividades de reparación y actualización; y programas de educación y concienciación ambiental.
- Responsabilidad ampliada del productor: obligar a los productores de productos a responsabilizarse de la eliminación de sus productos fomenta el diseño de productos más fáciles de reciclar, reutilizar o reparar.
- Objetivos de reciclado: objetivos ambiciosos de reciclado fomentan el desarrollo de infraestructuras y tecnologías para la recuperación y tratamiento de materiales recuperados.
- Sistemas de pago por generación: entendidas como tasas de basura, las tarifas de pago por generación (PAYT, por sus siglas en inglés) incentivan a hogares y empresas a reducir la generación de residuos y aumentar las tasas de reciclaje.

- Impuestos a la eliminación del residuo: los impuestos sobre los vertederos fomentan la prevención y el reciclado, al encarecer la eliminación en vertederos.

En este contexto, la Ley española 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular (LRSC), que traspone las Directivas (UE 2018/851 y 2019/904), introduce medidas fiscales específicas dirigidas a incentivar la economía circular. Por un lado, se introduce un impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables, que entró en vigor el 1 de enero de 2023 y que grava la fabricación, la importación y la adquisición en el territorio nacional de los productos de plástico no reutilizable o renovable. El tipo impositivo es de 0,45 euros por kilogramo de plásticos no reutilizables. El objetivo principal es incentivar el reciclado de los envases de plásticos, apostando por la circularidad de dicho material.

Por otro lado, se establece un impuesto sobre el depósito de residuos en vertederos, la incineración y la coincineración de residuos, también en vigor desde el 1 de enero de 2023. La finalidad de este impuesto es lograr un mayor respeto de la jerarquía de residuos, penalizando la última opción preferida que es la eliminación de residuos, e incentivando así la reutilización y reciclaje, especialmente de la fracción orgánica. En este caso, los tipos impositivos contemplados varían según el tipo de residuos y sistema de eliminación, siendo el importe más alto para los residuos municipales de 40 euros por tonelada en vertederos y 20 euros en incineradoras.

Además, la Ley 7/2022 recoge que las entidades locales han de establecer, en un plazo no superior a tres años desde la entrada en vigor de la ley:

Una tasa [...] específica, diferenciada y no deficitaria, que permita implantar sistemas de pago por generación y que refleje el coste real, directo o indirecto, de las operaciones de recogida, transporte y tratamiento de los residuos [...]. (LRSC, art. 11)

Se presenta así una gran oportunidad para todas las entidades locales de introducir este instrumento económico con el que transitar hacia modelos de gestión de residuos sostenibles, donde se prioriza la prevención de residuos y se promueve la reutilización y reciclaje.

En este contexto, las tarifas PAYT son una herramienta eficaz para internalizar los costes, tanto privados como sociales, de la gestión de las distintas fracciones de residuos, ya que estas reflejarían los costes marginales y, por tanto, revelarían la verdadera relación entre el coste y el beneficio obtenido por las

actividades que generan los residuos. Por lo tanto, las tarifas PAYT modifican el comportamiento de los generadores del residuo al cambiar la relación coste-beneficio de sus decisiones (Heller & Vatn, 2017). Se ha demostrado que las tarifas PAYT producen beneficios económicos, medioambientales y sociales (Slavík et al., 2020), reducen la injusticia de un coste igual para todos (Batllellé & Hanf, 2008) y tienen impactos positivos en los balances presupuestarios municipales (Slavík et al., 2020).

Existen diferentes mecanismos para establecer una tarifa PAYT. Según Puig-Ventosa (2002), los más extendidos son los sistemas por volumen o por peso. Los sistemas por volumen cobran por bolsa o contenedor de residuos recogido, mientras que los sistemas por peso lo hacen por contenedor o por bolsa pesada manualmente o a través de básculas automatizadas. Su aplicación, aunque no es muy extendida, se ha realizado en más de 5.000 ciudades en todo el mundo, especialmente en Estados Unidos, Canadá, China, Japón, Corea, Italia, Alemania, Países Bajos, Bélgica y muchos países centroeuropeos. Sin embargo, en España no están tan extendidas y hay muy pocos casos, destacando Torrelles de Llobregat y Argentona (ambos municipios pertenecientes a la provincia de Barcelona).

La mayoría de las tarifas PAYT que se han implementado y reportado son tarifas aplicadas al sector residencial. De hecho, existen muy pocas evidencias de tarifas PAYT aplicadas al sector hotelero, a pesar de postularse como una de las herramientas políticas más eficaces para combatir las altas tasas de generación de residuos en los destinos turísticos. Hasta donde conocemos, la única tarifa PAYT específica para el sector hotelero que se ha implementado es la desarrollada por los autores de este capítulo en el municipio del Puerto de la Cruz (Díaz-Farina et al., in press)<sup>1</sup>.

Esta tarifa PAYT desarrollada para el Puerto de la Cruz, no sigue la estructura estándar de las PAYT (un precio unitario por kilogramo de residuos o por volumen), sino que consta de dos partes: una fija que garantiza la recuperación total de los costes de los servicios de gestión de residuos, y una variable, que genera fuertes incentivos a la prevención de residuos y al fomento del reciclaje. Esta tarifa introduce también un novedoso sistema de competencia entre establecimientos, por el que estos pagarán mayor o menor cuantía por los residuos generados en función del resultado colectivo. Además, la tarifa incorpora un indicador de intensidad de generación de residuos por cama disponible como

---

<sup>1</sup> Boletín Oficial de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife del 21 de enero de 2019, número 9, página 1426. <http://www.bopsantacruzdetenerife.org/descargar/2019/01/009/Bop009-19.pdf>

referente para introducir el sistema de competencia, de manera que un establecimiento cuya intensidad de generación esté por encima del valor medio del municipio será penalizado<sup>2</sup>. Otra de las propiedades del indicador utilizado es que tiene en cuenta la heterogeneidad del sector alojativo en la prestación de servicios y, por tanto, evita penalizar a los establecimientos de mayor tamaño por el simple hecho de ser grandes (y mayor generación de residuos en términos absolutos), y se pone el foco en la generación por cama disponible (en términos relativos). Lamentablemente, con el cambio de gobierno municipal tras las elecciones de mayo de 2019, se decidió revocar la tarifa PAYT implementada para el sector hotelero.

Otros autores han desarrollado a nivel teórico estructuras de tarifas PAYT para el sector hotelero. El trabajo más destacado es el de Alves et al. (2020), que propone un modelo de tarifa PAYT para el sector hotelero de Funchal. La tarifa incluye una parte fija directamente relacionada con la infraestructura y una parte variable que cobra en función de la tasa de separación de residuos reciclables, dentro de una horquilla de entre 82 euros y 160 euros por tonelada de residuos no separados. Por tanto, cuanto mayor sea la tasa de separación, menor será el coste por tonelada. Otros autores han reportado el grado de aceptación por parte del sector de la hostelería que tendrían estas tarifas PAYT. Radwan et al. (2010) reporta la aceptación de los pequeños y medianos hoteleros de Gales de cobrar mediante una tarificación basada en unidades. Manomaivibool (2015) señala que una tarifa PAYT puede garantizar la recuperación de costes en los sistemas municipales debido al exceso de residuos durante la temporada turística en la zona del Triángulo de Oro en torno a Tailandia. Rodrigues et al. (2015) reporta un alto grado (64 %) de entusiasmo por parte de los restaurantes y cantinas del centro de la ciudad de Aveiro (Portugal) para participar en un sistema de recogida de biorresiduos a través de una tarifa PAYT.

## 4. Conclusiones

El turismo contribuye a la generación de residuos de una manera notable, ejerciendo una presión adicional sobre las redes de gestión de residuos municipales y regionales. Una gestión insostenible de los residuos en los destinos turísticos contribuye negativamente a la experiencia del turista, a la calidad de los recursos y productos turísticos, además de deteriorar la imagen del destino.

---

2 En el modelo teórico que se desarrolló se introdujo adicionalmente una recompensa para aquellos establecimientos que reduzcan su intensidad de generación con respecto a la media municipal. Sin embargo, la tasa aprobada en el pleno del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz aprobó la tarifa considerando únicamente la penalización.

La adopción de políticas específicas para las actividades turísticas que promuevan una gestión sostenible de residuos en los destinos turísticos, en una transición hacia residuos cero, requiere de cambios profundos en los marcos normativos, dirigidos principalmente a penalizar económicamente aquellas fracciones no reciclables y, aplicando el principio de *quien contamina paga*, modificar la ratio coste-beneficio a los generadores de los residuos.

El nuevo paquete de Economía Circular de la Unión Europea y su financiación a través de los fondos Next Generation facilita que los Estados miembros introduzcan una mayor discriminación de fracciones y de generadores de los residuos. De hecho, la recién aprobada *Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular* (LRSC) supone una oportunidad para que las regiones y municipios con bajas ratios de recuperación de residuos comiencen a innovar en sus sistemas de gestión de los residuos. La consecuencia más inmediata del impuesto sobre el vertido y de incineración que incorpora la ley, es que muchos municipios están planeando ya las inversiones necesarias para adquirir tecnología de medición de los residuos más precisa y sistemas de contenerización sensorizados e individualizados, que faciliten el pago por generación, así como en infraestructura de tratamiento en su propio territorio.

Si bien la ley establece un plazo de 3 años para la adaptación de la normativa por parte de las entidades locales, resulta urgente que los municipios turísticos activen comisiones con los agentes turísticos para facilitar la transición hacia un modelo de residuos cero. Lo cierto es que está en juego la competitividad y la imagen de muchos municipios turísticos, y se debe evitar que sean los residentes los que asuman los impactos de dichas actividades.

## Referencias bibliográficas

Abdulredha, M., Al, R., Jordan, D., Kot, P., Abdulridha, A., & Hashim, K. (2018). Estimating solid waste generation by hospitality industry during major festivals: A quantification model based on multiple regression. *Waste Management*, 77, 388-400. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2018.04.025>

Alves, L., Silva, S., & Soares, I. (2020). Waste management in insular areas: A Pay-As-You-Throw system in Funchal. *Energy Reports*, 6(8), 31-36. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2020.10.024>

Batllell, M., & Hanf, K. (2008). The fairness of PAYT systems: some guidelines for decision-makers. *Waste Management*, 28(12), 2793-2800.

CE. (2019). The European Green Deal (COM/2019/640). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>

- CE. (2020). A new Circular Economy Action Plan (COM/2020/98). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2020:98:FIN>
- Díaz-Farina, E., Díaz-Hernández, J. J., & Padrón-Fumero, N. (2020). The contribution of tourism to municipal solid waste generation: A mixed demand-supply approach on the island of Tenerife. *Waste Management*, 102, 587-597. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2019.11.023>
- Díaz-Farina, E., Díaz-Hernández, J. J., & Padrón-Fumero, N. (2023). Analysis of hospitality waste generation: Impacts of services and mitigation strategies. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(1), 100083.
- Díaz-Farina, E., Díaz-Hernández, J. J., & Padrón-Fumero, N. (in press). Fostering waste prevention in the hotel industry: research impact in a waste-tariff reform. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Estay-Ossandon, C., & Mena-Nieto, A. (2018). Modelling the driving forces of the municipal solid waste generation in touristic islands. A case study of the Balearic Islands (2000-2030). *Waste Management*, 75, 70-81. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2017.12.029>
- Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO). (2015). Global initiative on food loss and waste reduction.
- Heller, M. H., & Vatn, A. (2017). The divisive and disruptive effect of a weight-based waste fee. *Ecological Economics*, 131, 275-285.
- Kasavan, S., Siron, R., Yusoff, S., & Fakri, M. F. R. (2022). Drivers of food waste generation and best practice towards sustainable food waste management in the hotel sector: a systematic review. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(32), 48152-48167. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19984-4>
- Manomaivibool, P. (2015). Wasteful tourism in developing economy? A present situation and sustainable scenarios. *Resources, Conservation and Recycling*, 103, 69-76. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2015.07.020>
- Mateu-Sbert, J., Ricci-Cabello, I., Villalonga-Olives, E., & Cabeza-Irigoyen, E. (2013). The impact of tourism on municipal solid waste generation: The case of Menorca Island (Spain). *Waste Management*, 33(12), 2589-2593. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2013.08.007>
- Pirani, S. I., & Arafat, H. A. (2014). Solid waste management in the hospitality industry: A review. *Journal of Environmental Management*, 146, 320-336.
- Puig-Ventosaa, I. (2002). Pago por generación de residuos municipales en Torrelles de Llobregat. *Equipamiento y Servicios Municipales*, (104), 20-29.
- Radwan, H. R. I., Jones, E., & Minoli, D. (2010). Managing solid waste in small hotels. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 175-190.
- Rodrigues, J., Oliveira, V., Lopes, P., & Dias-Ferreira, C. (2015). Door-to-Door Collection of Food and Kitchen Waste in City Centers Under the Framework of Multimunicipal Waste Management Systems in Portugal: The Case Study of Aveiro. *Waste and Biomass Valorization*, 6(5), 647-656. <https://doi.org/10.1007/s12649-015-9366-3>
- Saito, O. (2013). Resource use and waste generation by the tourism industry on the big island of Hawaii. *Journal of Industrial Ecology*, 17(4), 578-589. <https://doi.org/10.1111/jiec.12007>

- Shamshiry, E., Nadi, B., Bin Mokhtar, M., Komoo, I., Saadiah Hashim, H., & Yahaya, N. (2011). Integrated models for solid waste management in tourism regions: Langkawi Island, Malaysia. *Journal of environmental and public health*, 2011. <https://doi.org/10.1155/2011/709549>
- Slavík, J., Pavel, J., & Arltová, M. (2020). Variable charges and municipal budget balance: Communicating vessels of the waste management. *Journal of Environmental Management*, 257. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.109976>
- UE. (2018). Directiva (UE) 2018/851 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de mayo de 2018 por la que se modifica la Directiva 2008/98/CE sobre residuos. *Diario Oficial de la Unión Europea*, 14.6.2018, L 150/109. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L0851&from=EN>
- UE. (2019). Directiva (UE) 2019/904 del Parlamento Europeo y del Consejo de 5 de junio de 2019 relativa a la reducción del impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente. *Diario Oficial de la Unión Europea*, 12.6.2019, L 155/1. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0904>
- Wang, K. C. M., Lee, K. E., & Mokhtar, M. (2021). Solid waste management in small tourism islands: An evolutionary governance approach. *Sustainability*, 13(11), 5896.
- Williams, P., Leach, B., Christensen, K., Armstrong, G., Perrin, D., Hawkins, R., and Scholes, P. (2011). The composition of waste disposed of by the UK hospitality industry. *Waste & Resources Action Programme (WRAP)*.

# El papel del capital natural en la transición hacia un turismo sostenible y el cumplimiento de la Agenda 2030 y los ODS

**José Luis de la Cruz Leiva**  
*Director del Área de Sostenibilidad  
de la Fundación Alternativas*

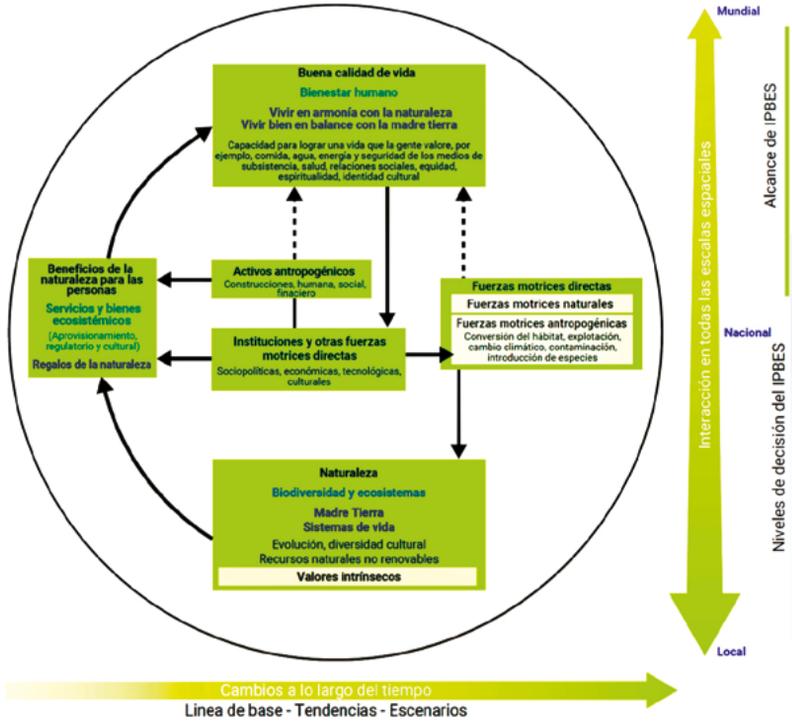
## 1. Introducción

Antes de que la pandemia mundial de covid-19 pusiera de relieve el valor de los aspectos ambientales y especialmente el valor de la biodiversidad y los ecosistemas, la diversidad biológica ya se había considerado como una variable fundamental para el bienestar humano y para el desarrollo económico. Prueba de ello es que más de la mitad de los ODS se centran en el medioambiente o incluyen al menos una meta relativa al uso de los recursos naturales (UNEP, 2016).

Las empresas y la sociedad dependen del capital natural para su prosperidad y bienestar<sup>1</sup>; más de la mitad de la producción económica mundial depende de la naturaleza por lo que el colapso de los ecosistemas tendría consecuencias económicas y sociales de gran alcance. En este sentido, el Foro Económico Mundial sitúa los riesgos climáticos y la pérdida de biodiversidad en el centro de los riesgos mundiales para la economía. Pero a diferencia de los riesgos climáticos, la pérdida de biodiversidad y el colapso de los ecosistemas no se consideraron una preocupación acuciante a corto plazo. Sin embargo, ocupa el cuarto lugar entre los 10 principales riesgos mundiales para la economía en la próxima década y son los riesgos para los que se considera que estamos menos preparados (WEF, 2023). En el informe también se pone de manifiesto la necesidad de transformación hacia una economía circular que evite el agotamiento de los recursos y de las emisiones contaminantes reduciendo a la vez el impacto en los ecosistemas y conservando el capital natural.

<sup>1</sup> Tanto los que no son renovables y son objeto de comercio como los que proporcionan bienes y servicios renovables finitos que no suelen tener precio, como el aire limpio, las aguas subterráneas y la biodiversidad.

**Figura 1.** Principales elementos y relaciones que vinculan la naturaleza, la biodiversidad y los servicios ecosistémicos, el bienestar humano y el desarrollo sostenible



Fuente: IPBES (2013, p. 2)

En el ámbito de la biodiversidad cobra especial relevancia la adopción de objetivos por parte de las empresas considerando toda la cadena de valor. Las operaciones directas representan un porcentaje relativamente bajo del impacto ambiental. La mayor parte de los costes del capital natural están integrados en las cadenas de valor, desde el abastecimiento de materiales hasta su uso por los consumidores y su devolución. Por ello, el establecimiento de objetivos a través de toda la cadena de valor es el gran desafío para conseguir el desarrollo de un sector turístico circular, hipocarbónico y con bajo impacto sobre el capital natural tanto en las empresas multinacionales como en las pymes.

En este sentido, es importante señalar que la International Organization for Standardization (ISO), en su Asamblea General celebrada en septiembre de 2021, aprobó la Declaración de Londres con la que se ha comprometido públicamente a apoyar el Acuerdo de París, los Objetivos de Desarrollo Sostenible

de las Naciones Unidas (ODS), reconociendo que las normas internacionales son herramientas eficaces para ayudar a los gobiernos, la industria y los consumidores a responder a los desafíos más urgentes de hoy en día relacionados con la triple crisis ambiental: calentamiento global, pérdida de biodiversidad y contaminación ambiental.

## 2. La biodiversidad y el capital natural en la Organización Mundial del Turismo

A lo largo de los informes del secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT) sobre la promoción del turismo sostenible, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medioambiente desde 2010 hasta 2022, se puede apreciar una profunda evolución en cómo se concibe el valor de los ecosistemas y de la biodiversidad en el seno de la Organización Mundial del Turismo.

Si bien desde el año 2010 se reconoce que el desarrollo del turismo sostenible puede ser un activo para crear oportunidades de conservación, protección y uso sostenibles de zonas naturales y alentar tanto a comunidades locales como a turistas a preservar y respetar el patrimonio natural, y se vincula este al cumplimiento de los objetivos globales de Naciones Unidas en materia de desarrollo sostenible, su relación con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) —precursores de los ODS— se liga fundamentalmente a la generación de ingresos, creación de empleos y la lucha contra la pobreza y el hambre.

Dos años después, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en junio de 2012, se reconoce el turismo como un sector que puede contribuir de forma importante a las tres dimensiones del desarrollo sostenible. Para ello se invita a dicho sector a hacer un uso óptimo de los recursos ambientales, que constituyen un elemento clave de su desarrollo, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar el patrimonio natural y la diversidad biológica (Nota del secretario general de la ONU, 2012). Pero se continúa manteniendo una perspectiva fundamentalmente socioeconómica contemplando tan solo las evaluaciones de impacto ambiental como herramienta para garantizar la conservación del capital natural.

Esta relación del turismo con el medio natural se mantiene en años posteriores con la adopción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015. En el informe del secretario general de 2016 se pone de relieve que el turismo sostenible, incluido el ecoturismo, puede contribuir al desarrollo sostenible, en particular

a la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica y los recursos naturales, y puede mejorar el bienestar de las comunidades locales. Y se invita a promover el turismo sostenible como instrumento para lograr los ODS. Así, desde 2016, el Programa Turismo Sostenible ha organizado 13 seminarios en donde se ha profundizado en el papel del sector en la conservación de la biodiversidad y el capital natural, tratando aspectos como el cambio climático, la economía circular, el turismo en zonas protegidas, y la gestión sostenible de las cadenas de suministros.

Pero no será hasta 2018 cuando veamos un avance importante. La encuesta realizada a Estados miembros y organizaciones internacionales sobre la aplicación de la resolución del año 2016 sobre el papel del turismo en el cumplimiento de los ODS, concluyó que «los bienes naturales excepcionales, como playas impolutas, arrecifes de coral y la biodiversidad, aportan valor económico y financiero al turismo sostenible, y viceversa» (ONU, 2018). Se empieza, por tanto, a ofrecer un valor financiero al capital natural que deberá ser internalizado por las empresas del sector en sus estrategias de desarrollo:

... invitar a los gobiernos, las organizaciones internacionales y otras organizaciones pertinentes a integrar la conservación de la biodiversidad en el sector del turismo y en los planes y estrategias relativos al cambio climático, interconectando elementos económicos, sociales y culturales a enfoques de adaptación al cambio climático y preservación de los servicios de ecosistemas pertinentes. (ONU, 2018)

También en el Informe del secretario general de la OMT se destaca la necesidad de aplicar políticas de turismo vinculadas a las metas de los ODS dando prioridad al Objetivo 12.

La pandemia de la covid-19 puso de manifiesto que la biodiversidad es esencial para la salud humana, pero también que es de vital importancia incorporarla en el desarrollo del turismo para garantizar el uso sostenible de los recursos marinos, costeros y terrestres. Con la crisis provocada por la covid-19, para el sector turístico se hizo más evidente tanto la importancia del medio natural y su fragilidad como la necesidad de protegerlo, acelerando su transformación hacia un nuevo modelo de bajas emisiones, circular y ecológico, poniendo en el centro el valor del capital natural sobre el que se asienta la actividad. También la pandemia ha servido para concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de las cadenas de suministro y la necesidad de replantearse la forma en que se producen y se consumen los bienes y servicios, así como que se ha de incluir el impacto en la biodiversidad y los ecosistemas en las políticas de compra y contratación.

En definitiva, actualmente nos encontramos que la ONU reconoce las interrelaciones entre biodiversidad y salud por lo que considera que las acciones en esta materia han de aplicarse teniendo en cuenta el enfoque «Una sola salud», para trabajar juntos con el objetivo de optimizar la salud de las personas, los animales, las plantas y los ecosistemas, promoviendo el acceso equitativo a herramientas y tecnologías, incluidos medicamentos, vacunas y otros productos sanitarios relacionados con la biodiversidad. Adicionalmente, destaca la necesidad urgente de reducir las presiones sobre la biodiversidad y de disminuir la degradación del medioambiente para reducir los riesgos para la salud (ONU, 2022a).

En este mismo sentido, es importante destacar lo ocurrido en la Cumbre celebrada en Estocolmo en 2022 con motivo del 50 aniversario de la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano de 1972, que marcó el nacimiento del movimiento ambientalista. En esta reunión internacional, denominada «Estocolmo+50: un planeta sano para la prosperidad de todos; nuestra responsabilidad, nuestra oportunidad», se denunciaba que el planeta se enfrentaba a una pérdida de diversidad biológica sin precedentes por causas antropógenas, con muchas especies a punto de extinguirse y que esta pérdida de diversidad biológica y la degradación de las tierras, incluidas la deforestación y la pérdida de hábitats naturales, reducirían la capacidad de los ecosistemas para proporcionar bienes y servicios ambientales y sustentar los medios de vida de las personas. Por este motivo, entre las recomendaciones realizadas en la Cumbre de Estocolmo, se recoge la necesidad de acelerar las transformaciones de los sectores de gran impacto, mediante la adopción y la aplicación de políticas que promuevan la circularidad, el uso eficiente de los recursos, los enfoques de producción regenerativa y las soluciones basadas en la naturaleza, en las cadenas de valor, y la adopción de marcos que mejoren y refuercen la transparencia y la rendición de cuentas de las empresas (UNEP, 2022).

### **3. El papel de la empresa en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Diversidad Biológica**

El UNEP —siglas de United Nations Environment Programme (Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente)—, desde el año 2010, viene poniendo de manifiesto que la biodiversidad se verá muy afectada por la forma en que crece y se desarrolla el turismo, especialmente en los países en desarrollo y que si no se incorporan las preocupaciones sobre biodiversidad en la planificación

y la inversión del destino, se producirán efectos perjudiciales en el entorno natural, aumentarán los conflictos con las comunidades locales y se reducirá el potencial de creación de valor, tanto para el destino como para los inversores. En este sentido, la OMT y el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) han desarrollado herramientas para promover el desarrollo del turismo sostenible con el uso sostenible de la biodiversidad.

En diciembre de 2022, en la 15.<sup>a</sup> Conferencia de Biodiversidad de las Naciones Unidas (COP15), los Estados acordaron un nuevo marco innovador para proteger la biodiversidad: el Marco Global de Biodiversidad Kunming-Montreal, con 4 objetivos y 23 metas para frenar la pérdida de biodiversidad para 2030. Las metas incluyen garantizar que las empresas y las instituciones financieras controlen, evalúen y divulguen sus riesgos, dependencias e impactos sobre la biodiversidad.

Especialmente la meta 15 se centra en la necesidad de tomar medidas administrativas o normativas para alentar y propiciar la actividad empresarial, y en particular velar por que las empresas transnacionales y las instituciones financieras (ONU, 2022b)<sup>2</sup>:

- Controlen, evalúen y difundan con transparencia y regularidad sus riesgos, dependencias y efectos en la diversidad biológica, entre otras cosas con requisitos para todas las grandes empresas e instituciones financieras, junto con sus operaciones, sus cadenas de suministro y de valor y sus carteras.
- Proporcionen la información necesaria a los consumidores a fin de promover modelos de consumo sostenible.
- Den cuenta de la observancia de la reglamentación y las medidas en relación con el acceso y participación en los beneficios.
- Todo lo que antecede con el fin de reducir gradualmente los efectos negativos en la diversidad biológica, aumentar los efectos positivos, reducir los riesgos relacionados con la diversidad biológica para las empresas e institu-

---

2 Además, se pueden destacar las siguientes metas de implicación directa con la acción empresarial:

- Reducir para 2030 los riesgos de contaminación y el efecto negativo de la contaminación de todo origen y llegar a niveles que no sean perjudiciales para la diversidad biológica y las funciones y los servicios de los ecosistemas.
- Reducir al mínimo los efectos del cambio climático y la acidificación de los océanos en la diversidad biológica, y mejorar su resiliencia mediante soluciones basadas en la naturaleza y estrategias basadas en los ecosistemas.
- Conseguir que la gestión y utilización de especies silvestres sea sostenible, entre otras cosas, mediante actividades, productos y servicios sostenibles basados en la diversidad biológica.
- Velar por que se anime y se capacite a la población para tomar decisiones de consumo sostenible, entre otras formas, mejorando la enseñanza y la disponibilidad de información precisa.
- Para 2025, eliminar gradualmente o reformar los incentivos, incluidas las subvenciones perjudiciales para la diversidad biológica.

ciones financieras, y fomentar actuaciones encaminadas a lograr modelos de producción sostenibles.

#### 4. ODS ambientales y sostenibilidad en el turismo

Tanto los informes sobre la contribución de las empresas españolas a la Agenda 2030 realizados por Pacto Mundial y por Fundación la Caixa como el Barómetro de ODS realizado por ESADE en 2022 confirman que, aunque cada vez son más las empresas que apuestan por incorporar los ODS en el día a día de la organización, aún nos encontramos en una fase muy inicial y además se orientan fundamentalmente hacia aquellos ODS centrados en la dimensión económica. La igualdad de género (ODS 5) y el trabajo decente (ODS 8) son los ámbitos más trabajados por las empresas, mientras que la vida de ecosistemas terrestres (ODS 15) y la vida submarina (ODS 14) son los menos considerados por las empresas. De entre los ODS centrados en la dimensión ambiental, la acción por el clima (ODS 13) es sobre el que más informan las empresas.

Si atendemos a los ODS directamente relacionados con la conservación de la biodiversidad, citaríamos el ODS 15 (vida submarina) y cómo el turismo costero y marítimo impacta y depende de su conservación para garantizar un buen estado de salud de los ecosistemas marinos. Y que, en consecuencia, la industria turística debería tener un papel activo en el desarrollo de la ordenación de la costa, incluidos los espacios protegidos, dado su papel relevante en el desarrollo de la denominada economía azul. Pero también citaríamos el ODS 14 (vida de ecosistemas terrestres), dado que los espacios naturales son uno de los principales atractivos para que los turistas visiten un destino. Y, en este sentido, el turismo ha de desempeñar un papel activo en la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas terrestres, fomentando prácticas respetuosas con el medio, minimizando sus impactos y fomentando la sensibilización de la ciudadanía.

Pero con la publicación de la Agenda 2030 y los ODS, se hizo hincapié en que los objetivos y las metas son universales y están interconectados, de manera que se ha de aplicar un enfoque integrado para su implementación. La mayoría de las metas están relacionadas con asegurar la calidad del medio natural, ya sea directamente —con el cumplimiento de los ODS relacionados con mantener la calidad del aire, cumplir los objetivos climáticos, conservar la biodiversidad y los ecosistemas marinos o terrestres— o, indirectamente —por ejemplo, a través del cumplimiento de los objetivos en salud, educación, acceso al agua y la

energía—. Y sobre todos ellos, alcanzar un sistema de producción y consumo que haga un uso eficiente de los recursos.

Por tanto, una mayor atención a las interrelaciones y sinergias entre los ODS podría mejorar la eficacia de su aplicación, la calidad de los ecosistemas y el mantenimiento del capital natural. Tal como recoge el UNEP en su informe sobre perspectivas del medioambiente mundial GEO6, 12 ODS promueven el bienestar humano a través del uso sostenible de los recursos naturales, pero 10 de ellos solo pueden alcanzarse si se mejora sustancialmente la eficiencia del uso de los recursos naturales y se conserva el capital natural.

La consecución de los objetivos económicos y de bienestar humano dependen de la salud de los ecosistemas para dotar los recursos necesarios. Por tanto, el cumplimiento de los objetivos ligados al cambio climático (ODS 13), junto con aquellos que buscan el mantenimiento de la biodiversidad y el capital natural (ODS 14, 15 y 6) y el uso eficiente de los recursos (ODS 12) son la base sobre la que se asienta el desarrollo sostenible. Es decir, si no se cumplen los objetivos y metas de aquellos ODS que abordan la protección, conservación, restauración y el uso sostenible de los recursos naturales, garantizando los límites biofísicos, no se puede garantizar ni el desarrollo económico ni el bienestar humano. La consecución de los objetivos centrados en las personas depende de la realización de objetivos centrados en el capital natural; si no somos capaces de conservar la salud y calidad de nuestros ecosistemas, no podremos garantizar la seguridad alimentaria ni el acceso al agua potable ni la salud. Y por tanto no podremos conseguir el fin del hambre y la pobreza. En este sentido, destaca cómo en el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico) una de sus metas pide desvincular el crecimiento económico de la degradación ambiental y mejorar la eficiencia global de los recursos en el consumo.

Por tanto, el cumplimiento de los ODS ligados a la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas, depende en gran medida de que se comprendan y se internalicen de manera adecuada los costes y beneficios de las relaciones entre el medioambiente y la economía. Es por tanto necesaria la internalización del capital natural como un activo para el desarrollo del sector turístico. Más allá de minimizar el impacto ambiental, la biodiversidad y el capital natural, han de considerarse como variables de desarrollo económico y financiero de la empresa para garantizar la perdurabilidad del sector, tal como ya ha manifestado la OMT. Por ello es importante desarrollar indicadores empresariales de contabilidad del capital natural que proporcionen una visión no solo de los impactos del

sector en el medio, sino también de los riesgos que supone para el desarrollo empresarial la pérdida del capital natural. Un menor coste del capital natural equivale a un menor riesgo para la empresa y sus accionistas. Y aunque valorar los beneficios económicos de la naturaleza es una tarea complicada, algunas empresas ya están tomando medidas para afrontar el reto.

Es importante destacar que el Informe sobre el estado de las finanzas para la naturaleza del UNEP concluyó que, para limitar el calentamiento global, detener la pérdida de biodiversidad, lograr la neutralidad en la degradación de la tierra y cumplir los ODS, los gobiernos, las empresas y las instituciones financieras deben triplicar sus inversiones anuales en la naturaleza.

## 5. Grado de internalización de los ODS 14 y 15 en las principales empresas turísticas españolas

De acuerdo con lo expuesto, se hace patente que los factores de la pérdida de biodiversidad son complejos y transversales, y es importante reconocer que no hay una solución única y sencilla. Pero también que, a la hora de poner el foco en las prioridades que marcan y marcarán las agendas empresariales y políticas en materia de sostenibilidad de los próximos años, la biodiversidad se sitúa como uno de los aspectos con mayor presencia en el orden del día de empresas y organizaciones comprometidas con la transición ecológica.

La biodiversidad gana presencia día a día tanto en las políticas públicas como en las estrategias de las empresas y prueba de ello es que en 2021 la Organización Internacional de Normalización (ISO), tras la Declaración de Londres anteriormente citada, puso en marcha el ISO/TC 331 *Biodiversity*, con el objetivo de desarrollar normas de aplicación a cualquier tipo de entidad, independientemente de su actividad, naturaleza (privada o pública) o tamaño. Los trabajos del comité se dirigen al desarrollo de normas en ámbitos muy distintos. La consideración estratégica de la biodiversidad en la actividad de una organización, la evaluación de la biodiversidad o la restauración ecológica son algunos de los elementos sobre los que se pretenden desarrollar nuevas normas ISO. En España, de forma paralela, el 4 de agosto de 2021, la Asociación Española de Normalización (UNE) constituyó el comité técnico de normalización (CTN) 328 sobre biodiversidad como vía para trasladar la realidad nacional a las normas ISO.

La falta de gestión de los impactos y las dependencias de la biodiversidad plantean una amplia gama de riesgos, que pueden afectar a la competitividad y la rentabilidad de una empresa, lo que amenaza su viabilidad a largo plazo. El desafío es reorientar el sistema de producción y el consumo, y convertir la

conservación de la biodiversidad y su uso sostenible en una oportunidad para el desarrollo económico de las empresas y del país en su conjunto.

Podemos concluir que incorporar la biodiversidad en las estrategias de funcionamiento de empresas e instituciones como aspecto material resulta esencial para identificar riesgos, así como aprovechar nuevas oportunidades para el desarrollo de productos y servicios. Sin embargo, tras un análisis de las memorias de sostenibilidad de las principales empresas españolas a través de una batería de 20 indicadores de presencia/ausencia, podemos concluir que la consideración de la biodiversidad y la conservación del capital natural en las principales empresas turísticas españolas es baja, ofrece una información insuficiente y no se encuentran apenas internalizados indicadores de contabilidad del capital natural que analicen impactos, riesgos y oportunidades.

Por otro lado, se observan algunas prácticas sensiblemente mejorables. No resulta coherente que la política ambiental de algunas empresas identifique su impacto sobre la biodiversidad y, sin embargo, no se ofrezca información sobre su desempeño. Y mucho menos, que algunas de las empresas consideren como no material<sup>3</sup> la conservación de la biodiversidad y el capital natural.

No se entiende cómo empresas que operan en espacios naturales o rurales, consideren las acciones sobre el ODS 13, referente al cambio climático, y sin embargo no consideren los ODS 14 y 15, referentes a la conservación de los ecosistemas terrestres y marinos, cuando la gran amenaza de pérdida de biodiversidad y capital natural es consecuencia del cambio climático.

Son escasas las empresas que informan del valor de la biodiversidad y de los impactos que sus actividades producen sobre ella, aun cuando la mayoría operan en espacios naturales protegidos o de elevada calidad ecológica. Pero más allá de que operen o no en lugares de especial calidad ambiental, resulta más preocupante lo poco que se consideran los aspectos relacionados con la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas en su cadena de valor. Aun cuando las operaciones directas representan un porcentaje relativamente bajo del impacto ambiental, y la mayor parte de los impactos están integrados en las cadenas de valor —desde el abastecimiento de materiales hasta los servicios consumidos por los huéspedes— prácticamente ninguna empresa contempla criterios específicos de análisis de proveedores en relación con su impacto en los ecosistemas y la biodiversidad. Es importante que las empresas tengan en

---

<sup>3</sup> Cuando hablamos de materialidad nos referimos a todos los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) que tienen un impacto sustancial, positivo o negativo, en la rentabilidad de la empresa.

cuenta que sus impactos no son solo un problema local, sino que son parte de un reto global.

Si queremos alcanzar modelos empresariales turísticos de éxito es esencial comprender la importancia de la cadena de valor y reconocer el impacto que pueden tener sobre los sistemas naturales que les proporcionan los recursos necesarios para su desarrollo. La desalineación entre empresas y su cadena de valor limita la implementación de proyectos transformadores.

Solamente es posible garantizar el compromiso ambiental, si se garantiza que toda la cadena de suministro es respetuosa con el medio. Para ello las empresas deberán diseñar herramientas de análisis y evaluación del cumplimiento ambiental, que en ocasiones deberán ir acompañadas de auditorías y/o formación específica a los proveedores. Es necesario que para el desarrollo de la Componente 14 del PRTR (*Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*) dedicado a la modernización y competitividad del sector turístico, se considere la integración de la contabilidad ambiental y de capital natural como un elemento troncal para la transición ecológica del sector

## 6. Recomendaciones

De acuerdo con todo lo visto a lo largo del capítulo podemos hacer las siguientes recomendaciones para mejorar la integración del capital natural en el desarrollo del sector turístico:

- En primer lugar, y conscientes de que los factores de la pérdida de biodiversidad son complejos y transversales, es esencial que reconozcamos la presión que está ejerciendo el sector turístico sobre el medio natural y, por consiguiente, se implementen medidas para cumplir con los objetivos y metas planteados en el Marco Global de Biodiversidad Kunming-Montreal.
- El sistema de contabilidad ambiental del capital natural proporciona un marco para analizar las interacciones entre el medioambiente y la economía. Es importante internalizar en las empresas turísticas esta contabilidad ya que nos ofrecerá un conocimiento tanto de los impactos como de los riesgos y oportunidades que los ecosistemas proporcionan al desarrollo del sector turístico.
- Si bien todas las empresas subrayan la necesidad de acelerar la transformación del sector privado para cumplir con la Agenda 2030, todavía existe un amplio margen de mejora en la incorporación estratégica de la variable ambiental y en especial con los ODS ligados directamente con la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas. La priorización de objetivos no

debe consistir únicamente en traducir las principales acciones sociales y/o ambientales al lenguaje de los ODS, sino que debe partir de un análisis exhaustivo de impactos, tanto reales como potenciales, que pueda registrar la empresa como resultado de su actividad principal y de la derivada de su cadena de valor. Es decir, se ha de considerar también el cumplimiento del ODS 12 como un objetivo fundamental para la conservación del capital natural.

- La Agenda 2030 se ha configurado como elemento de comunicación y *marketing* por parte de las empresas, pero aún se debe mejorar mucho en la calidad y cantidad de información que ofrecen en sus memorias. Es decir, es necesario mejorar la transparencia en cuanto a su actuación en relación con los ODS, en especial los ODS 14 y 15 que en ocasiones ni siquiera se consideran materiales para la empresa. Disponer de una mayor cantidad y calidad de información ambiental y armonizada de las empresas es fundamental para diseñar correctamente las políticas públicas que faciliten la transición ecológica.
- En este sentido, cabe reseñar que, aunque en los últimos años se han venido desplegando múltiples iniciativas para incrementar la cantidad y la calidad de la información recopilada y diseminada sobre las exposiciones climáticas, aún queda mucho trabajo por hacer.
- El turismo es una pieza fundamental en el desarrollo de una economía azul sostenible. Por lo que deberán coordinarse las acciones entre actividades alojativas, transporte, etc., en el desarrollo de una hoja de ruta contaminación cero, para garantizar tanto el cuidado de los océanos, mares y recursos marinos como el mínimo impacto ambiental de sus vertidos y emisiones.
- El sector turístico debe aumentar su inversión en la implementación de medidas coordinadas con las políticas nacionales y regionales que contribuyan a la lucha contra la deforestación y la desertificación, en definitiva, en el mantenimiento de la salud de los ecosistemas terrestres, ya que del buen estado de estos depende en gran medida mantener un flujo de visitas adecuado.
- Se debe incrementar la formación dentro de la empresa sobre medioambiente desde la perspectiva de la biodiversidad y el capital natural como un activo para el desarrollo empresarial y la generación de riqueza.

## 7. Conclusiones

Hay muchos ejemplos en los que el turismo a gran escala ha tenido efectos perjudiciales sobre la biodiversidad, como la destrucción y degradación de ecosistemas costeros, arrecifes de coral, manglares, humedales, bosques y zonas

montañosas. Ahora más que nunca, la integración de los objetivos ambientales en las estrategias empresariales y gubernamentales puede ser un motor a largo plazo.

Según la OMT, los desafíos específicos del sector turístico para la conservación de la biodiversidad y el capital natural se pueden resumir en los siguientes:

- Cambios del uso del suelo: los cambios del uso del suelo a usos turísticos dan como resultado la pérdida de la biodiversidad. Además, gran parte del turismo mundial se concentra en áreas sensibles, costeras o montañosas donde el impacto puede tener efectos devastadores sobre especies de la Lista Roja de Especies Amenazadas de la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza).
- Cambio climático: más allá de los efectos directos del cambio climático sobre la biodiversidad, el sector turístico ha de adaptarse a la nueva realidad climática minimizando las presiones sobre la biodiversidad.
- Uso eficiente de recursos: la introducción de medidas que favorezcan la economía circular en las actividades, servicios y cadena de suministro de la actividad turística minimizará en gran medida el impacto sobre la biodiversidad y la calidad de los ecosistemas.
- Evitar la introducción de especies exóticas invasoras: el sector del turismo también puede ser una fuente de introducción de especies exóticas invasoras que pueden provocar daños importantes sobre los ecosistemas.
- Objetivo contaminación cero: los vertidos al agua y la atmósfera, la generación y depósito de residuos producidos por el turismo, así como el uso de fertilizantes y pesticidas, pueden tener impactos adversos en la biodiversidad. El desarrollo de las empresas deberá sumarse al Plan de acción de la UE «contaminación cero para el aire, el agua y el suelo»<sup>4</sup>.

Pero no es suficiente con plantear objetivos. Las empresas deben ser totalmente transparentes en su desempeño, ya que una sociedad informada es fundamental para poder generar políticas que garanticen el desarrollo económico conservando el capital natural. La información de las empresas no puede ser una herramienta publicitaria como ha ocurrido hasta ahora en la mayoría de los casos. Para ello deberemos avanzar en la aplicación de la *Directiva Europea de Informes de Sostenibilidad Corporativa* aprobada en diciembre de 2022 a través

---

<sup>4</sup> La visión de una contaminación cero para 2050 consiste en reducir la contaminación del aire, el agua y el suelo a niveles que ya no se consideren perjudiciales para la salud y los ecosistemas naturales, que respeten los límites soportables para nuestro planeta y que creen así un medio ambiente libre de sustancias tóxicas.

de una batería de indicadores estandarizados que nos permita analizar cómo las empresas están contribuyendo al cumplimiento de los ODS y en especial a la reducción de su impacto sobre el planeta.

## Referencias bibliográficas

Comisión Europea. (2021). La senda hacia un planeta sano para todos. *Plan de Acción de la UE: «Contaminación cero para el aire, el agua y el suelo»*. (COM/2021/400).

[https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:a1c34a56-b314-11eb-8aca-01aa75ed71a1.0020.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:a1c34a56-b314-11eb-8aca-01aa75ed71a1.0020.02/DOC_1&format=PDF)

ESADE. (2022). *Barómetro ODS 2022: Alineamiento de las empresas españolas con los objetivos de desarrollo sostenible*.

Fundación la Caixa y ESADE. (2022). *La contribución de las empresas españolas a los objetivos de desarrollo sostenible*. Quinto informe. Observatorio de los ODS.

GreenBiz Group. (2021). *State of Green Business 2021*.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2019). *Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Secretaría de Estado de Turismo.

ONU. (2010). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2011). Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. Resolución aprobada por la Asamblea General el 20 de diciembre de 2010.

ONU. (2012). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2014). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2015). Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. Resolución aprobada por la Asamblea General el 19 de diciembre de 2014.

ONU. (2016). Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. Resolución aprobada por la Asamblea General el 21 de diciembre de 2016.

ONU. (2018). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2020a). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2020b). Promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente. Resolución aprobada por la Asamblea General el 21 de diciembre de 2020.

ONU. (2022a). Informe del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo sobre la promoción del ecoturismo para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente.

ONU. (2022b). Conferencia de las partes en el convenio sobre la diversidad biológica. Marco mundial Kunming-Montreal de la diversidad biológica.

Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2022). *Contribución de las empresas españolas a la agenda 2030: resultados de la consulta empresarial sobre desarrollo sostenible*.

Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo. (2016). *El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible*.

Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica. (2020). *Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica 5*.

The International Organization for Standardization (ISO). (2022). London Declaration Action Plan.

UE. (2022). Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022 por la que se modifican el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas. *Diario Oficial de la Unión Europea*, 16.12.2022, L 322/15.

<https://www.boe.es/boe/2022/322/L00015-00080.pdf>

UNEP. (2019). *Global Environment Outlook – GEO-6: Healthy Planet, Healthy People*.

<https://doi.org/10.1017/9781108627146>

UNEP. (2021a). *De la contaminación a la solución: Una evaluación global de la basura marina y la contaminación por plásticos*. Síntesis.

UNEP. (2021b). *Hacer las paces con la naturaleza: Plan científico para hacer frente a las emergencias del clima, la biodiversidad y la contaminación*.

<https://www.unep.org/resources/making-peace-nature>

UNEP. (2022a). *Informe sobre la Brecha de Adaptación 2022: Progresos insuficientes y excesivamente lentos. La incapacidad de adaptarse al cambio climático pone al mundo en peligro*. Resumen ejecutivo.

<https://www.unep.org/adaptation-gap-report-2022>

UNEP. (2022b). *Informe sobre la Brecha de Emisiones 2022. La ventana de oportunidad se está cerrando: La crisis climática requiere de una transformación rápida de las sociedades humanas*. Resumen ejecutivo.

<https://www.unep.org/emissions-gap-report-2022>

UNEP and World Tourism Organization. (2012). *Tourism in the Green Economy – Background Report*.

World Economic Forum. (2023). *The Global Risks Report 2023*.

WWF. (2020). *Informe Planeta Vivo 2022. Hacia una sociedad con la naturaleza en positivo*. Almond, R.E.A.; Grooten M.; Juffe Bignoli, D. y Petersen, T. (Eds).

# Turismo regenerativo, un paradigma emergente

---

**Matías González Hernández**

*Profesor Titular de Análisis Económico Aplicado  
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

### 1. Introducción

En la última década un número creciente de autores y emprendedores turísticos viene abogando por la necesidad de profundizar y acelerar la transición del turismo hacia un modelo que tenga cabida en los límites de la biosfera y distribuya más equitativamente sus impactos positivos y negativos (Dwyer, 2017; Ateljevic y Sheldon, 2022). En general, estos actores se muestran críticos con la relativa inacción y los signos de complacencia que exhiben las organizaciones multilaterales y los grandes operadores globales del turismo que, si bien han incorporado el discurso de la sostenibilidad en sus mensajes y declaraciones, no terminan de asumir un compromiso efectivo con el cambio (Bellato, 2022).

Las voces críticas con este estado de cosas se han expresado desde perspectivas diversas, acuñando distintas etiquetas para envolver sus respectivos enfoques. Algunos centran el foco en la actitud consciente del viajero (*conscious travel*), otros en la búsqueda de una experiencia que genere una huella significativa en todos los órdenes en los que se despliega la actividad (*meaningful tourism*), y aun otros en la necesidad de que el turismo deje los lugares visitados en un estado de conservación mejor que como los encontró (*restorative tourism*), etc. A lo largo de la última década, la llegada al ámbito del análisis económico, de las ideas desarrolladas desde diversos ángulos del ambientalismo, relacionadas con la necesidad de una actividad humana que, más allá de minimizar los daños, contribuya activamente a la regeneración de los sistemas naturales ya dañados, ha permitido que buena parte de aquellos enfoques críticos comiencen a confluir en torno a la noción de turismo regenerativo (*regenerative tourism*).

A medida que crecen, cuantitativa y cualitativamente, la reflexión, la investigación y la praxis que tienen como referencia la noción de turismo regenerativo, emergen un conjunto de cuestiones que constituyen el foco de interés de este trabajo:

- ¿Está en crisis el paradigma del turismo sostenible?; y si es así, ¿cuál es el fundamento y alcance de la misma?; ¿corre el riesgo este paradigma de ser exitosamente cuestionado y sustituido por otro nuevo?
- ¿Estamos, con el turismo regenerativo, ante un nuevo paradigma emergente que puede llegar a consolidarse y competir con éxito con el paradigma hasta ahora dominante del turismo sostenible?
- ¿Cuáles son los factores que podrían determinar el éxito del turismo regenerativo como nuevo paradigma hegemónico?; ¿cuáles de ellos son críticos y por qué?

Obviamente, contestar con autoridad estas cuestiones constituye una tarea extensa y compleja que desborda el alcance del presente trabajo. Más modestamente, nos limitaremos a apuntar líneas de reflexión que podrían contribuir a dar respuesta a estas preguntas y futuros ejes de investigación animados por ese propósito. En consecuencia, el próximo epígrafe extrae y organiza —de la literatura científica publicada, de las declaraciones de los organismos multilaterales y de la práctica de las corporaciones, empresas, gobiernos, turistas y residentes— reflexiones y evidencia de las debilidades y fortalezas que exhibe el todavía dominante paradigma del turismo sostenible. El tercer epígrafe explora y estructura las ideas, los programas de investigación y las prácticas de las partes interesadas, que pudieran constituir los mimbres de un nuevo paradigma —el turismo regenerativo— o, por el contrario, evidenciar su incapacidad para consolidarse. El cuarto y último epígrafe aporta algunas reflexiones sobre la utilidad del turismo regenerativo para abordar el análisis y proponer soluciones a los problemas estructurales que comprometen la sostenibilidad a largo plazo del turismo en Canarias.

## 2. El turismo sostenible, ¿un paradigma en crisis?

Un paradigma es un marco que envuelve y condiciona el pensamiento, la generación de conocimiento y la práctica científica en un determinado ámbito. Aunque se trata de un término ampliamente usado, su significado es contextual; es, por tanto, polisémico (Guba y Lincoln, 1994). Para uno de sus más connotados críticos, el turismo sostenible es una solución de compromiso entre la pulsión de un desarrollo de raíz capitalista que conduce a la acumulación de impactos

sociales y ambientales indeseables, y una propuesta de naturaleza ética que persigue subordinar el desarrollo masivo a corto plazo a otros fines sociales y ambientales; una suerte de *turismo de masas ilustrado* (Weaver, 2014). Esta perspectiva niega que se trate de un nuevo paradigma respecto del denominado turismo de masas, sino que ha representado, apenas, una reedición moderada del turismo de masas, modelando sus aristas menos aceptables (*paradigm nudge*) (Weaver, 2012). Este enfoque reduciría la retórica y la praxis industrial del turismo sostenible a un experimento de *greenwashing* (Hall, 2015).

A esta reflexión crítica sobre la teoría y la praxis del turismo sostenible se han unido otros ilustres autores. En su artículo *Saluting while the ship sinks: the necessity for tourism paradigm change* (Dwyer, 2017), Larry Dwyer sostiene que la retórica de la sostenibilidad no ha logrado cambiar los elementos fundamentales con los que opera el paradigma vigente: neoliberalismo, antropocentrismo, orientación a los propietarios, crecimiento, precio, espacio y promoción. Apoyándose en Pollock (2012), sostiene que la continua expansión del turismo está conduciendo, inexorablemente, a rendimientos decrecientes para los productores de servicios y para las comunidades anfitrionas, atrapados en un círculo vicioso en el que el crecimiento trata de compensar la caída del rendimiento.

Becken (2022), por su parte, pone de relieve que, en la mayoría de los casos, la noción de turismo sostenible continúa sujeta a un enfoque de maximización de la eficiencia a través del cambio tecnológico. El camino de la sostenibilidad lo señalan mejoras incrementales de la eficiencia en el uso de los recursos, sin tener en consideración la evolución del agregado de impactos resultante del crecimiento de la actividad turística. Por ejemplo, cuando se promueve que los hoteles adopten nuevos y más eficientes sistemas de aire acondicionado, o reduzcan la cantidad de residuos generados, puede resultar simultáneamente que el agregado de los ecosistemas locales afectados por el crecimiento turístico y el conjunto de las emisiones de GEI de esta industria en el destino, continúen aumentando. Este mismo principio de minimización del impacto negativo es el que siguen la mayoría de los sistemas de certificación de mejoras de la gestión ambiental y de la sostenibilidad del turismo. El resultado, aparentemente paradójico, es que más unidades de turismo certificadas como sostenibles, dan lugar a una trayectoria de desarrollo del conjunto de la industria inequívocamente insostenible.

Estos enfoques críticos con la evolución del turismo sostenible vienen a certificar lo que autores no menos ilustres advirtieron desde el nacimiento mismo

de esta denominación. Colin Hunter, en sus celebrados artículos de *Journal of Sustainable Tourism* (1995) y *Annals of Tourism Research* (1997), en plena ola expansiva del paradigma del desarrollo sostenible, ya advierte de las limitaciones del constructo *turismo sostenible*, demasiado «centrado en sí mismo, parroquial e intrínsecamente defectuoso», de manera que su operativización en muchos casos no se lleva a cabo de forma «coherente con los objetivos generales y los requisitos del desarrollo sostenible» (Hunter, 1995).

Cuando reflexiona sobre las causas, Hunter (1997) identifica el éxito de la posición de quienes desde sus inicios quisieron separar el debate sobre el turismo sostenible del contexto, más abierto y controvertido, del debate sobre el desarrollo sostenible. Mientras este acogía profundas tensiones entre conservación y crecimiento y se desplegaba en diferentes direcciones (variantes de las denominadas sostenibilidad fuerte y débil), el *stablishment* intelectual y político del turismo global se decantaba inequívocamente por una interpretación de la sostenibilidad del turismo que apenas alcanzaba a proponer desacoplar el incuestionable crecimiento cuantitativo de la industria de su consumo de recursos naturales (MacKercher, 1993). El resultado ha sido una conceptualización del turismo sostenible vaga, ambigua, basada en titulares tales como «integrador, armonioso, compatible, equilibrado o sinérgico en su relación con la base de recursos medioambientales» (Hunter, 1997), en la que puede caber casi todo.

A modo de recapitulación, los fundamentos para el cuestionamiento del paradigma del turismo sostenible podrían resumirse en:

- Vaguedad calculada en su definición, orientada a no cuestionar el crecimiento cuantitativo de la industria como objetivo primordial, subordinando a este los de naturaleza ambiental y social.
- Predominio de un enfoque fragmentario, donde el avance de partes del sistema turístico hacia la *sostenibilidad* es compatible con el aumento de la insostenibilidad del sistema turístico en su conjunto.
- Reduccionismo del reto de la sostenibilidad a cambios en la variable tecnológica de la función de producción de turismo, a través de la cual debería lograrse desacoplar el crecimiento del turismo de su consumo de recursos naturales.

### 3. El turismo regenerativo, ¿un paradigma emergente?

El desarrollo y consolidación de un nuevo paradigma depende del grado de insatisfacción de la comunidad científica con el paradigma que le precede; pero

también de su capacidad para ofrecer respuestas a las cuestiones que su predecesor ha sido incapaz de responder, o lo ha hecho deficientemente. Un nuevo paradigma es en realidad una perspectiva distinta o reformulada de los problemas que constituyen el objeto de estudio de las disciplinas científicas, que conduce a reformular las viejas preguntas y formular otras nuevas, reflejando unas nuevas ontología y epistemología de la investigación.

¿Apunta el turismo regenerativo en la dirección de constituir un nuevo paradigma hegemónico en la investigación del turismo? Fraccionaremos la respuesta, apenas tentativa, en dos partes. Primero señalaremos qué caminos puede seguir en relación con el paradigma actualmente hegemónico. Después, daremos algunas claves de cuáles son los pilares constituyentes de un eventual paradigma del turismo regenerativo consolidado.

### 3.1. Las sendas de un paradigma emergente

El turismo regenerativo, con respecto a su predecesor —hegemónico—, puede experimentar diversas sendas de desarrollo, que resumiremos como sigue:

- Demuestra ser más adecuado y concita la aprobación de una parte sustantiva de la comunidad científica, hasta el punto de que en su ascenso a la hegemonía desplaza y eclipsa a su predecesor.
- Compite con el anterior, suplementando sus carencias. No logra desbancarlo de su posición hegemónica, pero pervive en el tiempo gracias a su capacidad para explicar apropiadamente fenómenos relevantes, y a que es adoptado por un número significativo de investigadores.
- Compite con el anterior, que adopta enfoques, conceptos y métodos del nuevo y, al hacerlo, hace que este deje de tener razón de ser, por lo que se desvanece. Su legado queda incorporado al paradigma hegemónico, que se robustece.
- No concita el apoyo suficiente entre la comunidad académica, por lo que su paso por el firmamento científico es fugaz. No consigue hacer ver las deficiencias del paradigma dominante y/o las alternativas conceptuales y metodológicas que propone no son convincentes.

La evidencia acumulada en el terreno de la investigación publicada y de las prácticas de la industria no permite, desde luego, formular una respuesta —siquiera tentativa— a cuál puede ser la trayectoria que siga el paradigma emergente del turismo regenerativo. En lugar de esto, presentaremos de la manera más estructurada posible las contribuciones al conocimiento y a la praxis del turismo

que se reconocen a sí mismas formando parte de este paradigma; además, apoyándonos en ello, haremos algunas conjeturas sobre cuáles pueden ser los factores que, finalmente, acaben determinando la trayectoria que siga el turismo regenerativo.

### 3.2. La literatura del turismo regenerativo

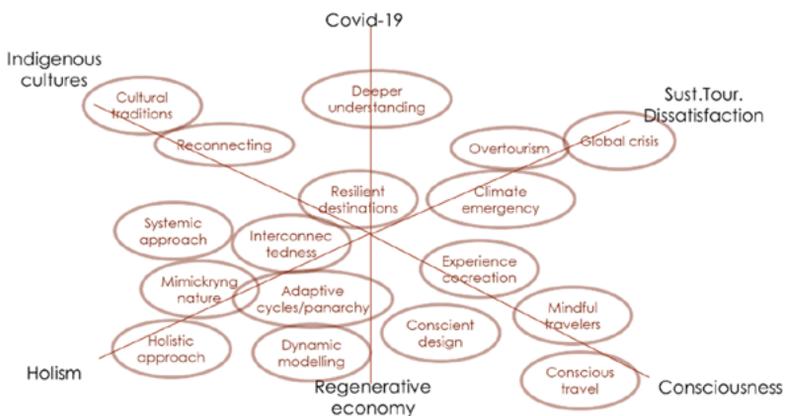
La literatura publicada en revistas científicas arroja algo más de una veintena de títulos, la mayoría publicados en un *Special Issue* del *Journal of Tourism Futures* (2022). *Sustainability* y *Journal of Ecotourism* lanzaron también sendos *Special Issue*, sin contribuciones reseñables en el momento de la consulta (marzo de 2023). Quizá la contribución que mejor resume la intención con la que nace el turismo regenerativo es el *call* de Ateljevic y Sheldon para el número especial de *Tourism Futures*. Su llamada a una urgente transformación del turismo asume que el futuro del planeta y del turismo van de la mano, y que en un contexto de alerta ecológica global (clima, biodiversidad y recursos), el turismo exhibe un enorme potencial, por su despliegue global y carácter multisectorial, para catalizar la deriva regenerativa de la economía mundial. Implícitamente asume que el núcleo duro de este nuevo paradigma es la teoría del desarrollo regenerativo. Se alinea, por tanto, con la crítica de Hunter (1995) sobre la inconsistencia de pretender alcanzar un turismo sostenible que no sea en el marco de la sostenibilidad del conjunto de la socioeconomía.

Con todo, lo conocido del turismo regenerativo se asienta más en las críticas a las insuficiencias del paradigma del turismo sostenible que en una propuesta con señas de identidad propias. Las referencias genéricas a un turismo que repone y restaura las pérdidas infligidas a los ecosistemas globales y locales, y a la búsqueda de economías y comunidades prósperas en un planeta igualmente próspero, dominan la escena de las contribuciones alineadas con el turismo regenerativo. Las contribuciones que persiguen crear fundamentos teóricos más sólidos están en un estadio muy primario de desarrollo. Destacan las propuestas de Dredge (2022), Bellato et al. (2022) y Hussain y Haley (2022). La primera propone un conjunto de principios del turismo regenerativo, que se acerca más a una lista de deseos de cómo deberían ser las cosas, que a pilares sólidos sobre los que construir un cuerpo de conocimientos que explique y oriente el desarrollo del turismo. La piedra de clave de su construcción conceptual gira en torno a la necesidad de un cambio en las mentalidades que presiden el consumo y la producción de los servicios y experiencias turísticas (Dredge, 2022). Pero añade muy poco sobre cómo se puede llevar a cabo esa transformación.

Por su parte, Hussain y Haley hurgan en la teoría de los sistemas socioecológicos y de los ciclos adaptativos de Holling (2001) para desarrollar un modelo de la dinámica del turismo imbricada en las tendencias globales, expuesta a incertidumbre y *shocks*, a los que responde a través de ciclos adaptativos. Estos incluyen las etapas de crecimiento, acumulación, reestructuración y renovación. De una parte, estos ciclos adaptativos definirían mejor las trayectorias a largo plazo de los desarrollos turísticos que formulaciones más lineales, como las del ciclo de vida de las áreas turísticas. De otra parte, los propósitos regenerativos del turismo se enraizarían en las fases de reestructuración y renovación, para florecer en las siguientes fases de crecimiento y acumulación, compatibles con los límites de la biosfera y alineados con una visión multidimensional, y no solo monetaria, de la calidad de vida de los turistas y las poblaciones residentes. Bellato et al. (2022), por su parte, proponen la versión más detallada de los principios orientadores de una práctica regenerativa del turismo, apoyada en el rediseño de todas las dimensiones relevantes de la producción y consumo de experiencias turísticas.

A la lista de autores y obras señaladas se añaden una docena más cuya referenciación detallada excede la amplitud de este artículo. En su lugar, se presenta un mapa conceptual estructurado en ejes donde cada uno de ellos representa las líneas de aproximación de diferentes tradiciones de pensamiento al paradigma del turismo regenerativo (Figura 1).

Figura 1. Mapa conceptual del paradigma emergente del turismo regenerativo



Fuente: Elaboración propia

Un análisis de conjunto de los componentes del esquema vertebrados en torno a los seis ejes propuestos, caracterizaría el turismo regenerativo como un enfoque holístico desde el que se vincula la sostenibilidad del turismo a la del conjunto de las socioeconomías locales y global; que adopta los principios de la economía circular y regenerativa, abogando por el rediseño de los productos y experiencias para alinearlos con los ciclos de la naturaleza; reclama un cambio de las mentalidades de los consumidores y productores desde la conciencia de la multiplicidad de implicaciones sociales y ambientales de los viajes; ofrece una nueva perspectiva para abordar los problemas irresueltos en el marco del dominante paradigma del turismo sostenible, como el «sobreturismo» o la degradación irreversible de los servicios ecosistémicos; da encaje a las nuevas preocupaciones derivadas de la pandemia del covid-19, entendiendo e interiorizando la relación compleja entre la salud de los ecosistemas y la de los seres humanos; y recupera los elementos de las culturas indígenas que contribuyen a dotar las experiencias turísticas de mayor compromiso y significado con respecto a los socioambientes visitados y los desafíos de la sociedad planetaria.

Fuera del espacio académico, el turismo regenerativo comienza a abrirse camino a través de operadores que diseñan experiencias que garantizan que los lugares visitados se dejen en mejor estado que antes de la visita, en todas las dimensiones relevantes. Diseñan experiencias que implican a los visitantes en acciones de restauración de la biodiversidad dañada, en huellas de carbono netas positivas, en interacciones mutuamente satisfactorias con las comunidades visitadas en todos los órdenes de la vida, y en la contribución a la restauración de los tejidos físico y emocional de los viajeros, dañados por el estrés y la ansiedad que preside la vida de cada vez más segmentos de la sociedad contemporánea. Entre los enfoques no académicos, cabe destacar las inequívocas referencias de la Declaración de Glasgow a la necesidad de una reorientación regenerativa del turismo. Explícitamente se refiere a la necesidad de que el turismo contribuya activamente a la restauración y protección de los ecosistemas, no solo para mantener y ampliar los sumideros de carbono, sino también para preservar y mejorar la biodiversidad, la seguridad alimentaria y la disponibilidad de agua que son cruciales para sostener el turismo.

#### **4. El potencial del turismo regenerativo en Canarias**

La evolución del turismo en Canarias a lo largo de las últimas décadas pone de manifiesto cómo el alineamiento formal de agentes públicos y privados con el turismo sostenible no ha sido óbice para que continúen empeorando algunos

indicadores referidos al estatus de conservación de los ecosistemas y al bienestar de la población local. El aumento de la congestión en torno a las urbes turísticas, y de los colapsos de tráfico; el avance de los incendios de grandes dimensiones que afectan ecosistemas y paisajes de alto valor turístico, y que tienen su origen en el abandono agrario en parte inducido por la forma histórica concreta en que se ha desarrollado el turismo; la degradación de los ecosistemas litorales por vertidos de aguas residuales, y la contaminación crónica o recurrente de playas; o los malestares diversos asociados al coste del acceso a la vivienda y diversas formas de gentrificación de las urbes; son otras tantas expresiones de la antinomia entre la retórica de la sostenibilidad y la profundización en la insostenibilidad.

En Canarias, el enfoque del turismo regenerativo invitaría a un cambio en las mentalidades y el lenguaje, para reenfocar en lo importante (calidad de vida, oportunidades para las personas, ecosistemas florecientes, relaciones gratificantes) y mucho menos en lo instrumental (llegadas y pernoctaciones, plazas turísticas, número de conexiones aéreas, volumen de inversiones); en rediseñar los productos y experiencias para asociarlos a prácticas regenerativas de los espacios naturales y sociales visitados, presencias enriquecedoras del turismo en entornos locales, y experiencias vacacionales más significativas y conscientes, que den oportunidades de empleo a jóvenes con formación en muy diversas ramas del conocimiento (salud física y mental, alimentación, patrimonio arquitectónico, arqueología, economía y gestión, historia e ingenierías diversas). Ayudaría, igualmente, a concebir y desarrollar un marco de gobernanza que sea realmente eficaz, contando con todos los actores relevantes, y abordando de manera constructiva la superación de los obstáculos que ahora hacen de la amplitud y complejidad de la gestión turística, un ejercicio fragmentado, ineficiente y rutinario.

## Referencias bibliográficas

Ateljevic, I., & Sheldon, P. J. (2022). Guest editorial: Transformation and the regenerative future of tourism. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 266-268.

Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2022). Regenerative tourism: a conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 1-21.

Bramwell y Lane (1993) Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.  
<https://doi.org/10.1080/09669589309450696>

Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 269-281.

Dwyer, L. (2017). Saluting while the ship sinks: the necessity for tourism paradigm change. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 29-48.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105.

Hall, C. M. (2015). Economic greenwash: On the absurdity of tourism and green growth. In *Tourism in the green economy* (pp. 361-380). Routledge.

Holling, C. S. (2001). Understanding the complexity of economic, ecological, and social systems. *Ecosystems*, 4, 390-405.

Hunter, C. J. (1995). On the need to re-conceptualise sustainable tourism development. *Journal of sustainable tourism*, 3(3), 155-165.

Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of tourism research*, 24(4), 850-867.

Hussain, A., & Haley, M. (2022). Regenerative tourism model: challenges of adapting concepts from natural science to tourism industry. *Journal of Sustainability and Resilience*, 2(1), 4.

McKercher, B. (1993). The unrecognized threat to tourism: can tourism survive 'sustainability'? *Tourism management*, 14(2), 131-136.

Weaver, D. B. (2012). Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. *Tourism Management*, 33(5), 1030-1037.

Weaver, D. B. (2014). Asymmetrical dialectics of sustainable tourism: Toward enlightened mass tourism. *Journal of Travel Research*, 53(2), 131-140.



# Transiciones hacia un turismo más de todos

---

# Gobernanza e inteligencia territorial: conceptos clave para la gestión de destinos turísticos sostenibles

---

**Alfonso Fernández Tabales**

*Catedrático de Análisis Geográfico Regional  
Universidad de Sevilla*

**Andrea Ruiz Romera**

*Personal Docente Investigador  
Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional  
Universidad de Sevilla*

### 1. Introducción. Los conceptos de *gobernanza e inteligencia territorial*

Los conceptos de *gobernanza* y *de inteligencia territorial* son dos de los más citados, debatidos y aplicados, con mayor o menor precisión, en la planificación y gestión de destinos turísticos durante los últimos años. Conviene comenzar precisando sus respectivos significados.

El concepto de *gobernanza*, como nuevo enfoque para afrontar la gestión de los asuntos públicos, viene siendo uno de los más utilizados y debatidos por las ciencias sociales desde finales del siglo XX (Pierre, 1999 y 2000). Si bien es un término sobre el que existe cierta imprecisión, en general se viene aceptando que la gobernanza sería un nuevo estilo de gobierno, distinto del modelo de control jerárquico, caracterizado por un mayor grado de cooperación y por la interacción entre el Estado y los actores no estatales al interior de redes decisionales mixtas entre lo público y lo privado (Mayntz, 2000). Posteriormente, se ha acuñado el concepto de *gobernanza territorial* o *gèo-gouvernance* (Masson-Vincent, 2008) para designar su aplicación al ámbito territorial, tanto en lo relativo a la planificación territorial a diferentes escalas como a las políticas con incidencia territorial.

A este respecto, se entiende por gobernanza territorial (Farinós, 2008: 15):

... Una práctica/proceso de organización de las múltiples relaciones que caracterizan las interacciones entre actores e intereses diversos presentes en el territorio [...] En este sentido, se interpreta como la emergencia y puesta en práctica de formas de planificación y gestión de las dinámicas territoriales innovadoras y compartidas (caracterizadas por la relación, negociación y formación de consensos), respaldadas por multiplicidad de actores que comparten unos objetivos y conocen y asumen cuál debe ser su papel en su consecución.

Estas visiones nacen ante la evidencia de las limitaciones de modelos de planificación y gestión anteriores, y en buena parte aún vigentes, cuya aplicación práctica ha mostrado unos resultados a menudo alejados de los ambiciosos objetivos fijados, dada la distancia y difícil coordinación entre las diferentes escalas administrativas (estatal, regional, local) y de estas con los agentes económico-sociales y población en general. Ello se manifiesta de forma especialmente nítida en el tratamiento de los problemas territoriales en los que —dada la diversidad de políticas incidentes a diferentes escalas que acaban afectando a las dinámicas espaciales, así como a la diversidad de agentes privados interactuando sobre la realidad del territorio— se hace patente la necesidad de buscar unos consensos básicos u objetivos comunes sobre el modelo territorial deseable, y unas prácticas de gestión verdaderamente participativas y coordinadas para llegar al mismo.

Este concepto, en principio aplicable a cualquier tipo de espacio, ha encontrado un fértil ámbito de aplicación en lo relativo a los destinos turísticos, en tanto que espacios cuya competitividad depende de la calidad integral de su territorio (medioambiente, paisaje, tejido empresarial, infraestructuras, equipamientos y servicios públicos, patrimonio, etc.), y así ha cobrado fuerza la expresión gobernanza turística (Bock et al., 2021).

Según recientes conceptualizaciones (Blanco et al., 2021: 151), gobernanza turística sería:

Una manera de gobernar el turismo caracterizada por la interrelación entre las Administraciones públicas, los agentes privados y la sociedad civil articulada, en un contexto de interacción entre las diferentes escalas espaciales y administrativas. El concepto de gobernanza se basa como idea clave en incrementar la legitimidad y la eficacia de la gestión pública, a través de la ampliación y la profundización de la participación ciudadana en la toma de decisiones, para lograr un desarrollo económico, social e institucional duradero.

Es en este contexto en el que surge la gobernanza territorial como un concepto y unas prácticas que, dado su carácter integrador, participativo y sistémico, pa-

recen *a priori* especialmente adaptables para el tratamiento de los problemas de los espacios turísticos, y en especial, dado su carácter multifactorial, a los problemas de sostenibilidad, en los que se centra esta obra.

Por su parte, el concepto de *inteligencia territorial* (IT en lo sucesivo) tiene su origen a finales de los años ochenta del pasado siglo. La IT propone una alternativa al modelo tradicional: se basa en proyectos territoriales dirigidos por *partenariados* multisectoriales de desarrollo en la elaboración de los planes, lejos de la tecnocracia, y acorde a las actuales tecnologías del conocimiento, de la información y de la comunicación (Farinós, 2015; Girardot, 2010).

Son numerosas las definiciones vertidas, aunque la más difundida y aceptada es la desarrollada por Jean-Jacques Girardot del ENTI (European Network of Territorial Intelligence), según la cual se basaría en tres elementos (Girardot, 2000): a) La apropiación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) por parte de los actores; b) Es un medio para que investigadores, actores y comunidades mejoren el conocimiento y el control de su desarrollo; y c) Es particularmente útil a la hora de ayudar a los actores locales a definir, proyectar y evaluar las políticas y acciones de desarrollo sostenible del territorio. Así, la rápida extensión del término se explica, en buena parte, debido a la necesidad de integrar los principios y realidades de la sociedad del conocimiento en los modelos anteriores de desarrollo territorial, pero sin por ello ignorar la función esencial ejercida por las relaciones sociales en los procesos de desarrollo.

En este contexto teórico, cabe destacar una especial orientación temática, como es la aplicación de estos principios no a un espacio indeterminado, sino a unos espacios caracterizados por su orientación hacia las actividades de turismo y ocio, designados por tanto como destinos turísticos.

A este respecto, en los últimos años han aparecido de forma creciente aproximaciones desde el ámbito científico a la aplicación del enfoque de la IT a la actividad turística (Luque et al., 2014; Mínguez & Ruiz, 2014; Ivars et al., 2016; Jovicic, 2016; Perea-Medina et al., 2018; Fernández-Tabales et al., 2022). Así nace el concepto de *Destino Turístico Inteligente* (DTI en lo sucesivo), definido en una reciente publicación ya citada (Blanco, 2021: 98) como:

Destino en cuya gestión se encuentra incorporado un fuerte componente de innovación, basada en la utilización de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como herramientas para la consecución de la competitividad del destino, el desarrollo sostenible del territorio y la participación activa de la ciudadanía implicada.

## 2. La perspectiva de la Agenda 2030 y cómo abordar sus retos desde la gobernanza y la inteligencia territorial en destinos

Los destinos turísticos, en tanto que territorios singularizados, necesitan plantear desde una perspectiva propia los retos comprendidos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Esta cuestión adquiere cada vez más trascendencia a medida que pasa el tiempo, ya que el turismo se consolida como una de las actividades que más ha crecido y mayor potencial de crecimiento presenta de cara al futuro, por lo que plantear adecuadamente su contribución a los ODS se revela como esencial para el logro de estos a escala global. Dicha trascendencia se hace patente al considerar los intensos encadenamientos o efectos inducidos en el conjunto del tejido económico y social que el turismo presenta; así como el hecho de que cada vez más países desfavorecidos ven en la actividad turística una opción viable para sustentar su desarrollo, por lo que la adopción de modelos inadecuados de gestión puede generar mayores problemas de los ya existentes, imposibilitando el logro de los ODS.

En este sentido, los destinos turísticos presentan una serie de rasgos singulares que los dotan de especial interés en relación con los dos conceptos claves, gobernanza e inteligencia territorial, sobre los que se sustenta esta reflexión:

- Su extremada complejidad, tanto en lo morfológico como en lo funcional, al coexistir sobre el mismo territorio usos turísticos con usos productivos preexistentes o de conservación de la naturaleza, población residente con no residente, tejidos sociales tradicionales con otros generados por la actividad turística, etc.
- Su dinamismo, impulsado por la capacidad del sector de generación de rentas y empleos.
- La creciente importancia de la calidad territorial en sentido amplio (medioambiente, paisaje, infraestructuras, equipamientos, servicios, etc.) como factor de competitividad de los destinos. Calidad territorial que, dada la variedad de sus componentes, dependerá de una multiplicidad de actuaciones practicadas por distintos agentes públicos y privados a diferentes escalas.
- El progresivo y singular impacto en estos espacios de la globalización o internacionalización de los procesos, reflejado en fenómenos tales como: la intensificación y aceleración de flujos de todo tipo que tienen a estas áreas como destinos (de personas, capital, tecnologías, modos de vida, etc.); o la globalización del mercado inmobiliario, determinante como factor explicativo de las transformaciones territoriales experimentadas por los espacios

turísticos en las últimas décadas, tanto en el mundo desarrollado como en áreas periféricas.

Todos estos rasgos refuerzan la necesidad, ampliamente compartida en el debate científico de los últimos años, de buscar nuevos enfoques de planificación y gestión de los destinos que garanticen la coordinación interadministrativa y la participación de los agentes socioeconómicos en el logro de objetivos comunes de sostenibilidad; acentuada en los tiempos más recientes por la evidencia de los impactos experimentados en la calidad territorial de los espacios turísticos más representativos.

Estos impactos han evidenciado las carencias políticas y técnicas de los modelos de planificación y gestión aplicados hasta el momento, detectándose una cierta frustración ante la escasez de resultados obtenidos frente al volumen de esfuerzos institucionales y técnicos desarrollados en esta materia, con efectos sobre la sostenibilidad ampliamente conocidos y diagnosticados (crecimiento desmedido de la urbanización, pérdida de biodiversidad, banalización del paisaje, segregación espacial y social entre población visitante y residente, pérdida de identidad, déficits infraestructurales, superación de la capacidad de acogida territorial, etc.). Ante este escenario se consolida el diagnóstico de que la clave del problema reside en la incapacidad de prever, controlar o siquiera canalizar adecuadamente las dinámicas socioeconómicas que se desarrollan en los territorios concretos. Y que estas dinámicas son resultado de la actuación de redes formales o informales de agentes y actores: empresas turísticas, promotoras inmobiliarias, instituciones públicas locales, entidades financieras, sociedad civil articulada, propietarios del suelo, instituciones públicas (con competencias en materia turística, territorial, medioambiental, infraestructural, etc.), demanda turística, medios de comunicación...

Como consecuencia de todo ello, se abre paso tanto en los ámbitos político-técnicos como científicos la conciencia de que —sin abandonar los instrumentos tradicionales de planificación territorial (urbanismo y ordenación del territorio) y turística— se hace necesario reforzar estos y hacerlos más eficaces con actuaciones vinculadas al enfoque de la gobernanza territorial, centrado en la actuación sobre las citadas dinámicas sociales existentes en los destinos, y más específicamente en la gestión de los conflictos que inevitablemente surgen en el desarrollo de los mismos, dinámicas que finalmente encuentran su plasmación física en el territorio resultante.

En el seno de este debate, los planteamientos vinculados al concepto de inteligencia territorial surgen como instrumentos útiles para abordar la cuestión. De esta forma, asumiendo su carácter integrador, y a partir de las bases conceptuales citadas, las nuevas estrategias se dirigen a poner el énfasis en cuatro ejes de interrelaciones que en conjunto van a definir el nivel de IT de los destinos.

- Relaciones entre el territorio-destino y el sistema institucional: centrado en la búsqueda de instrumentos operativos para la gestión pública del territorio.
- Relaciones entre el territorio-destino y la sociedad: centrado en el análisis de las redes de cooperación entre los agentes territoriales y la incorporación de los mismos en la práctica de la gobernanza.
- Relaciones entre el territorio-destino y el sistema productivo: centrado en la utilización de los recursos territoriales turísticos para la conformación de productos turísticos competitivos y sostenibles.
- Relaciones entre el territorio-destino y el sistema de información y conocimiento: centrado en la utilización de herramientas basadas en las TIC para el procesamiento de la información territorial, de cara a su difusión y utilización en la gestión.

Este último eje es el que está generando mayor atención en la práctica de las actuaciones derivadas del concepto (se puede afirmar incluso que con frecuencia se asiste a un evidente sesgo tecnológico en el entendimiento del término), ante la aplicabilidad inmediata para la solución de problemas en los destinos turísticos. Cabe destacar la estrecha relación de la mayor parte de estas innovaciones con la mejora de la gestión sostenible de los destinos, entre ellas cabe señalar las vinculadas a la *sensorización* (medición y monitorización en tiempo real de redes energéticas, de transporte, servicios, indicadores ambientales, etc.); el *big data* (procesamiento informático de datos a escala masiva, buscando patrones o correlaciones entre los mismos, con aplicaciones como el *marketing* personalizado, estudios de mercado, conocimiento e intervención sobre la opinión pública, investigaciones científicas, etc.); o internet de las cosas (interconexión masiva de dispositivos y objetos a través de internet, tales como teléfonos móviles, electrodomésticos, vehículos, redes de transporte, comercios, dispositivos médicos, etc.).

Algunas de las aplicaciones más usuales de estas nuevas realidades en la gestión de destinos turísticos son la mejora en la gestión eficiente de las redes de energía, agua y tratamiento de residuos, la utilización de dispositivos para medir en tiempo real el estado del tráfico o de los estacionamientos, geolocalización de vehículos de transporte colectivo para ajustar horarios e información

a los usuarios, cuantificación en tiempo real de la afluencia o nivel de saturación en espacios o recursos turísticos, perfeccionamiento en el conocimiento y segmentación de la demanda, o la mejora de la participación ciudadana en la gestión pública y la toma de decisiones, entre otras.

### 3. Conclusiones

Se puede afirmar que la conexión clave entre los ODS y los conceptos de gobernanza e inteligencia territorial aquí tratados, es la posibilidad de usar la potencialidad que encierra el turismo y sus beneficios económicos y sociales, como un catalizador que estimule procesos socioculturales encaminados a lograr una mejor realidad territorial en los destinos. Dicha potencialidad se sustenta en los actuales requerimientos de competitividad que experimentan estos, en tanto que espacios cuya orientación al ocio y al disfrute del tiempo libre, les hace especialmente sensibles a las exigencias de calidad territorial de la demanda, incluyendo en dicha calidad con destacado y creciente vigor los aspectos ambientales. Estas exigencias desde el lado de la demanda, pueden ser el factor desencadenante que impulse la creación de consensos sobre el modelo territorial y turístico que genere mayores beneficios a largo plazo al conjunto de la población local, modelo que necesariamente tendrá la calidad territorial en sentido amplio como uno de sus componentes esenciales.

Por todo ello, se hace necesaria la apertura a nuevos enfoques en la gestión de los espacios turísticos que incorporen la capacidad de aprendizaje de los territorios en tanto que construcciones sociales, aprendizaje colectivo que permita la toma de conciencia sobre las carencias y limitaciones de anteriores modelos para así poder superarlos, y capacidad de aprendizaje, por último, que es una de las señas de identidad de los territorios calificados como «inteligentes».

### Agradecimientos

Proyecto TED2021-131577B, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea “NextGenerationEU”/PRTR.

Proyecto US-1381628, financiado por Convocatoria de Proyectos I+D+i FEDER Andalucía 2014-2020.

### Referencias bibliográficas

Blanco, A. et al. (2021). *Diccionario de turismo*. Editorial Ariel.

Bock, I. A., Costa, R., Rodrigues, C. y Macke, J. (2021). Examining the concept of governance in tourism research. *Tourism and Hospitality Management*, 27(3), 629-668.

Farinós, J. (2008). Gobernanza territorial para el desarrollo sostenible: estado de la cuestión y agenda. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (46), 11-32.

Farinós, J. (2015). Desarrollo Territorial y Gobernanza: refinando significados desde el debate teórico pensando en la práctica. Un intento de aproximación fronteriza. *Desenvolvimento Regional em debate: DRd*, 5(2), 4-24.

Femenia-Serra, F. y Xiang, Z. (coords.). *Transitioning towards the future of tourism destinations: Resilient, smart, and green development*. Ed. Thomson Reuters-Aranzadi.

Fernández-Tabales, A., Galindo-Pérez-De-Azpillaga, L. y Foronda-Robles, C. (2022). From theory to practice: public policy in smart destinations. En Alzua-Sorzabal, A. Femenia-Serra, F. y Xiang, Z. (coords.). *Transitioning towards the future of tourism destinations: Resilient, smart, and green development*. Ed. Thomson Reuters-Aranzadi.

Girardot, J. (2000). Principes, Méthodes et Outils d'Intelligence Territoriale. Évaluation participative et Observation Coopérative, *Conhecermelhor para agir melhor, Actes du séminaire européen de la Direction Générale de l'Action Sociale du Portugal*. Lisboa, DGAS, 7-17.

Girardot, J. J. (2010). Inteligencia Territorial y Transición Socio-Ecológica. *Revista andaluza de relaciones laborales*, 23, 15-39.

Ivars, J. A., Solsona, F. J. y Giner, D. (2016). Gestió turística i tecnologies de la informació i la comunicació (TIC): La nova perspectiva de les destinacions intel·ligents. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 62(2), 327-346.

Jovicic, D. Z. (2016). Key issues in the conceptualization of tourism destinations. *Tourism Geographies*, 18(4), 445-457.

Luque, A. M., Zayas, B., Herrero, C. y Luis, J. (2014). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Espacios turísticos e inteligencia territorial: respuestas ante la crisis. Actas del coloquio*, 45-64. Ed. Universidad de Málaga.

Masson-Vincent, M. (2008). Governance and geography explaining the importance of regional planning to citizens, stakeholders in their living space. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 46, 77-95.

Mayntz, R. (2001). Nuevos desafíos de la teoría de Gobernanza. *Instituciones y Desarrollo*, (7), 35-51. Instituto Interamericano de Gobernabilidad/PNUD.

Mínguez, M. C y Ruiz P. (2014). Los destinos turísticos inteligentes en España: ¿Un proyecto institucional o el futuro del sector? *Espacios turísticos e inteligencia territorial: respuestas ante la crisis. Actas del coloquio*, 65-78. Ed. Universidad de Málaga.

Perea-Medina, M. J., Navarro-Jurado, E., y Luque-Gil, A. M. (2018). Inteligencia territorial: Conceptualización y avance en el estado de la cuestión. Vínculos posibles con los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (41), 535-554.

Pierre, J. (ed.). (1999). *Governance*. Oxford University Press.

Pierre, J. (ed.). (2000). Understanding Governance. En J. Pierre (ed.), *Debating Governance*, (pp. 1-10). University Press Oxford.

# La transición ecosocial en el turismo y el papel de «lo local»

---

**Inmaculada Diaz-Soria**

*Profesora de la Fundació Universitat Autònoma de Barcelona*

**Carla Izcara Conde**

*Técnica en Turismo en Alba Sud*

### 1. Introducción

Los Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS) son un conjunto de 17 objetivos definidos en el marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para erradicar la pobreza, proteger el planeta y promover la paz desde una acción global (ONU, n. d.). Esta estrategia pretende, de manera holística, promover la transformación política y social hacia modelos de desarrollo más igualitarios y que garanticen la calidad de vida de generaciones futuras. Para alcanzar estos objetivos es necesaria una transición social y ecológica hacia un sistema que se comprometa con la satisfacción de las necesidades esenciales, que sea sostenible y accesible a todas las personas.

El modelo de desarrollo turístico global se basa, por un lado, en promover la movilidad, solamente en 2019 viajaron cerca de 1.500 millones de turistas internacionales (UNWTO, 2020), y por otro, en la mercantilización de recursos esenciales para los territorios, como la cultura, la naturaleza, el espacio público, o incluso infraestructuras y servicios básicos (Devine, 2017; Fletcher et al., 2021). El turismo capitalista contribuye a superar los límites sociales y ecológicos actuales (Cañada y Murray, 2019; Robinson, 2008) y una de las soluciones transformadoras que se vienen planteando desde hace más de una década es el desarrollo del turismo desde la proximidad (Dubois et al., 2011; Prats et al., 2017), reduciendo así la movilidad y la dependencia de los combustibles fósiles, las emisiones y facilitando la reconexión de las personas con sus territorios

(Díaz-Soria & Llurdés, 2013) en un contexto de globalización en la que muchos vínculos han quedado desdibujados (Lash, 1990).

La expresión «turismo de proximidad» no tiene una única definición. Esta depende de si la proximidad se define desde una perspectiva geográfica, temporal, cultural o afectiva (Atout France, 2015). La perspectiva que se debate en el marco de la transición ecosocial es esencialmente geográfica y puede definirse, por ejemplo, como aquel turismo que se realiza a «3 horas en transporte terrestre, que permitirían ir y volver al lugar de salida en un mismo día si así se considerara necesario» (Cañada e Izcara, 2021:12) o como una forma de turismo que busca (re)descubrir lugares cercanos, aquellos que, precisamente porque son demasiado cercanos y familiares, no se consideran posibles destinos de vacaciones o de fin de semana (Bieliková et al., 2021).

Como en crisis anteriores, la pandemia del covid-19 ha puesto el turismo de proximidad en el centro del debate turístico. Las restricciones a la movilidad internacional han obligado a turistas y al sector a privilegiar mercados locales. Desde distintas Administraciones públicas y empresas del sector, el turismo de proximidad se ha visto como un sustituto coyuntural para este periodo de crisis (UNWTO, 2022) y se aspira a una recuperación del sector. Más de 900 millones de turistas han viajado en 2022, lo cual se interpreta en términos de recuperación del 63 % respecto al periodo prepandémico (UNWTO, 2023). Sin embargo, esta situación no ha sido puntual. Nos encontramos en un contexto de polícrisis (Tooze, 2022) que ha revelado el agotamiento del modelo basado en la movilidad internacional y que podría representar una oportunidad para repensar el turismo desde la proximidad, en coherencia con la transición ecosocial y los ODS. Sin embargo, la promoción de los mercados locales como nuevo nicho de mercado nos obliga a pensar la proximidad como un espacio en disputa donde se ha empezado a organizar un gran volumen de la actividad (Cañada e Izcara, 2021). Es desde esta perspectiva que hablamos de turismos de proximidad en plural, con diferentes escenarios, formas e impactos.

En respuesta a problemas generados por la globalización en términos de desarraigo, de dependencia de recursos y productos exógenos, o de crisis energética y climática, han surgido movimientos de localización que buscan aumentar la resiliencia de territorios y comunidades promoviendo la producción, el consumo y formas de gobernanza locales (Norberg-Hodge, 2020). De la misma manera, en turismo este fenómeno ha tomado la forma de un «giro local» (Higgins-Desbiolles & Bigby, 2022). Desde esta perspectiva, la comunidad local se

sitúa en el centro del desarrollo turístico, los lugares turísticos no se definen como destinos de turistas, sino como el hogar de poblaciones locales y los viajes se rigen por el principio de subsidiariedad, priorizando espacios cercanos como destino para las experiencias turísticas vacacionales más habituales y reservando los viajes de larga distancia para aquellas experiencias que lo requieren, como el turismo de diáspora, visitar a familiares y amigos o realizar viajes internacionales con sentido (Higgins-Desbiolles, 2022), estancias largas y conectadas con el aprendizaje de otras culturas y formas de vida. En este giro local, el turismo de proximidad supone una oportunidad para las economías locales, una herramienta de dinamización del mercado social desarrollado en un determinado territorio y una estrategia para reforzar la cadena de valor de productos locales y garantizar una masa crítica de consumidores de estos productos.

El desarrollo turístico, con la proximidad como valor, debería facilitar el acceso a la práctica turística. La Confederación Europea de Sindicatos estima que 38 millones de personas en Europa no podrán permitirse una semana de vacaciones al año. En España la cifra es de 4,6 millones (Europa Press, 2022). El acceso, cada vez más desigual, al disfrute del tiempo libre implica mayor urgencia en organizar el ocio y el turismo en la proximidad, una lógica *a priori* accesible, especialmente si se planifica adecuadamente. En definitiva, se trata de un tema clave en un contexto de necesaria transformación y una propuesta estrechamente vinculada con los ODS, tal como detallaremos a continuación.

## 2. Retos del turismo de proximidad en el marco de los ODS

Los ODS son una propuesta holística de 17 objetivos interrelacionados. Es por ello que una propuesta de transformación sistémica del modelo turístico como la planteada en este capítulo está relacionada inevitablemente con todos ellos. No obstante, los retos enunciados anteriormente afectan a temáticas específicamente vinculadas a aquellos ODS que analizaremos a continuación.

En primer lugar, los turismos de proximidad reducen los desplazamientos y las distancias, y permiten prescindir de transportes altamente contaminantes, como el avión, contribuyendo a la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y al cumplimiento de los objetivos de descarbonización que los países se han marcado para 2050 (MITECO, 2020). La descarbonización es un reto difícilmente asumible para el sector de la aviación. Los últimos datos disponibles, de 2018, indican que la aviación es responsable aproximadamente del 2,4 % de las emisiones antropogénicas totales de CO<sub>2</sub>. En 2019, el 23 %

de las emisiones mundiales de GEI eran del sector transporte, de las cuales el 12 % correspondía al sector de la aviación (IPCC, 2022). La aviación es un sector estrechamente vinculado al turismo internacional, por ejemplo, en España en 2022 llegaron 71,6 millones de turistas internacionales, de los cuales un 82,8 % llegó en avión (INE, 2023). Asimismo, las alternativas que el sector de la aviación plantea para su descarbonización están poco desarrolladas y su impacto real es cuestionable (Peeters et al., 2016; Jiménez Crisóstomo, 2020). Dar prioridad a la proximidad en turismo puede ser un mecanismo de descarbonización efectivo, contribuyendo de forma significativa al ODS 13 «Acción por el clima». En un contexto de crisis energética por la reducción y encarecimiento de los combustibles fósiles que justifica la necesidad de alcanzar este objetivo, el turismo de proximidad puede no ser una opción, sino una de las situaciones en las cuales la actividad turística pueda mantenerse de manera accesible (Caillet, 2013). La crisis energética se une a la crisis de materias primas y recursos minerales que, entre otras consecuencias, ponen en dificultad la digitalización del sector.

Planificados adecuadamente, los turismos de proximidad contribuyen al ODS 12 «Producción y consumo responsables», ya que pone en el centro de la planificación turística las necesidades de ocio y recreación de la mayoría de la población. Además, promueven el consumo de productos locales a partir de visitas reiteradas a explotaciones agropecuarias cercanas o a mercados locales. El hecho de que productores y productoras locales tengan contacto directo con la persona consumidora final hace que su producto se revalorice y puedan obtener mayores beneficios de las ventas. Los mercados de productos agrarios son un ejemplo y favorecen la fidelización de clientes (Méndez Gutiérrez del Valle & Monteserín Abella, 2017). Esta idea podría ampliarse a otros productos. Por ejemplo, los productores de melocotón podrían diversificar con la producción de mermelada, pastelería, o incluso productos de cosmética. Estrategias de este tipo deben ser cuidadosamente planificadas para evitar problemas derivados, como la sobrecarga de trabajo para el personal agrario.

Según la Organización Mundial de la Salud, las ciudades deberían tener de 10 a 15 metros cuadrados de área verde por habitante y como mínimo un árbol por cada tres habitantes (Toharia, 2018). Actualmente, muchas ciudades no cumplen con estos requisitos mínimos, sobre todo algunas de sus zonas más empobrecidas. Hay muchas personas que no viven en un entorno favorable a pesar de que el acceso a la naturaleza, su disfrute y conservación está contemplado como derecho en la Constitución española. A partir de los turismos de proxi-

midad, nos cuestionamos también el modelo de desarrollo urbano y territorial y tomamos en cuenta esta necesidad de acceso a los recursos naturales de la población local que se enmarca en el ODS 3 «Salud y bienestar» y se relaciona con los ODS 14 y ODS 15 sobre la vida y los ecosistemas terrestres y marinos, en función de las características del territorio. Desde una perspectiva poscapitalista, la práctica del turismo desde la proximidad puede ser una herramienta para la conservación convivencial (Büscher & Fletcher, 2019, 2020), que facilite el contacto de las personas con su territorio, un mecanismo de aprendizaje y de conexión con este, promoviendo el respeto hacia el propio lugar de vida y el compromiso hacia su protección (Eagles & McCool, 2002). La conservación convivencial, basada en la justicia social y medioambiental, defiende que se instaure una nueva relación entre el ser humano y la naturaleza, basada en la conexión y el respeto (Müller et al., 2022) y, en este proceso, los turismos de proximidad pueden constituir dispositivos de mediación (Díaz-Soria, 2017).

En territorios en situación de *overtourism*, el decrecimiento turístico es inaplazable. Además, teniendo en cuenta el contexto de polícrisis y la vulnerabilidad del sector, la actividad sufrirá modificaciones inevitablemente en los próximos años. Para que el impacto social y económico de la caída de la actividad no sea dramático, este decrecimiento debe ser planificado. Los turismos de proximidad, en coherencia con los retos de localización previamente enunciados, constituyen una forma de relocalizar la actividad, evitando la especialización productiva, y tomando en cuenta públicos más amplios, incluyendo en el debate a todas las personas que actualmente trabajan en el sector y a quienes la idea del decrecimiento les genera mucha inseguridad e incerteza (Izcara y Cañada, 2021). Este reto sería un eje de trabajo dentro del ODS 8 «Trabajo decente y crecimiento económico». En relación con este objetivo, el trabajo turístico es estructuralmente precario y esto se debe a distintos motivos. Uno de ellos resulta de la oscilación de la demanda de trabajo por la estacionalidad y la alta temporalidad del sector. Los turismos de proximidad ayudarían a reducir esta temporalidad, aunque, sin una reorganización de los tiempos de trabajo y del tiempo libre, los picos en épocas de vacaciones se mantendrían (Semana Santa, verano, fines de semana).

La promoción de los turismos de proximidad no tiene por qué traducirse automáticamente en un aumento de derechos laborales y una mejora de las condiciones de trabajo en el sector. Aun así, podríamos vincular algunas iniciativas organizadas en la proximidad a los valores de la Economía Social y Solidaria, que sitúa la vida en el centro y, a partir de este nexo las condiciones de trabajo

podrían mejorar. Por ejemplo, en el informe *Caminos hacia un turismo post-capitalista* se explican siete propuestas que «desafían o escapan en diversos grados al modo de producción e intercambio capitalista que actualmente domina la industria turística mundial» (Fletcher et al., 2021: 35) y, entre ellas, se destacan algunas iniciativas, como la del SESC Sao Paulo de Brasil, donde las condiciones de trabajo son de mayor calidad que las de la media del sector del alojamiento. En concreto, se resaltan los «buenos salarios, el cumplimiento estricto de la legislación laboral, amplios beneficios sociales, apoyo para la formación personal, etc.» (Cañada, 2020: 46).

La Economía Social y Solidaria centra el desarrollo de cualquier actividad en las necesidades de la comunidad y de las personas trabajadoras. Es inclusiva y se rige por principios feministas y de desarrollo sostenible. En este sentido, se relaciona también con los ODS 5, ODS 7 y ODS 11. Como su objetivo principal no es el lucro, sino mejorar la calidad de vida en el territorio en el que emprendedores y actividad están arraigados, se puede considerar una herramienta para la reducción de desigualdades (ODS 10) y la erradicación de la pobreza (ODS 1). El arraigo respecto a un territorio específico de las personas usuarias es un elemento que también forma parte de la idiosincrasia de los turismos de proximidad.

No obstante, la contribución positiva del turismo a la igualdad de género (ODS 5) no es sistemática. A pesar de las narrativas sobre empoderamiento difundidas desde la OMT (UNWTO, n. d.), el contexto en el cual se lleva a cabo el desarrollo turístico condiciona la capacidad de transformación del turismo en este objetivo. La falta de mujeres en puestos de responsabilidad reduce significativamente su grado de participación y su poder de decisión en el desarrollo turístico. El limitado margen de acción de las mujeres en sociedades patriarcales condiciona sus oportunidades. Además, las estrategias que muchas veces se recomiendan desde instituciones globales aumentan su precariedad, por ejemplo, limitando con planes de protección y conservación descontextualizados su acceso a los recursos naturales que necesitan para su autonomía y subsistencia (Bella, 2018). Estos ejemplos son reveladores de la necesidad de una transformación que trascienda el turismo y cuestione los principios mismos del sistema. Desde nuestro punto de vista, los turismos de proximidad pueden llegar a considerarse una propuesta feminista si cuestionan el sistema capitalista. Entendemos los turismos de proximidad como una forma de repensar el turismo, el ocio y la organización del tiempo libre donde se colocaría la vida en el centro y se priorizaría aquellas actividades con un objetivo más allá del lucro, o que no pasan por el mercado necesariamente, y que toman en cuenta los con-

textos en los que se desarrollan. Así, una apuesta por un turismo poscapitalista (Cañada, 2023) no estaría aislada de la lucha feminista, tampoco de muchos otros movimientos de resistencia y rebelión: ecologistas, antirracistas, antiimperialistas, el colectivo LGBTQ+ y los sindicatos (Arruzza et al., 2019: 75). De este modo, animamos a pensar los turismos de proximidad como un peldaño más en la lucha anticapitalista, una vía necesaria hacia una transición ecosocial realmente efectiva. Esta línea de acción se desvincula de la parte del ODS 8 relativa al crecimiento económico, ya que rompe definitivamente con el binomio crecimiento y desarrollo, en línea con modelos alternativos como la economía del donut (Hartman & Heslinga, 2022; Amat & Bargués, 2022; Earth Changers, 2022) o el low-tech (Bihouix, 2020; Colin, 2023).

Finalmente, si entendemos la organización del turismo desde la proximidad como un derivado del movimiento global de localización, desarrollado como resistencia al capitalismo global, este no puede tener un carácter de repliegue y xenófobo, sino que debe ser una propuesta abierta y conectada con otros territorios también organizados desde la proximidad a través de redes de intercambio de experiencias y de inspiración mutua. Un ejemplo lo constituye el movimiento Local Futures, que se reclama pionero en la promoción de una localización a escala global (Local Futures, n. d.). Un turismo desarrollado bajo esta lógica es coherente con el ODS 17 «Alianzas para lograr los objetivos».

### 3. Conclusiones. Reflexiones sobre cómo abordar los retos expuestos

El análisis de los retos que el turismo de proximidad como herramienta de la transición ecosocial puede abordar en el marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas se materializa en una agenda de planificación y gestión del turismo en torno a los aspectos que resumimos a continuación a modo de conclusión.

1. El turismo de proximidad puede promover una democratización real del ocio y el tiempo libre si su desarrollo se basa en cubrir las necesidades de la mayoría de la población. Asimismo, los principios y valores de la economía social y solidaria y del turismo social pueden alimentar las propuestas para que sean más inclusivas y justas desde un punto de vista de la demanda, pero también de la oferta, en cuanto a una mayor garantía de condiciones laborales óptimas.
2. Los diferentes actores involucrados en el desarrollo turístico reconocen que el turismo de proximidad no busca ni debe reemplazar el volumen actual del turismo internacional. No tiene la capacidad para hacerlo ni debe buscar

este objetivo si se desarrolla desde la sostenibilidad. En espacios en *undertourism*, en los cuales hay margen de crecimiento, desarrollar turismos de proximidad puede significar un aumento de la actividad. Sin embargo, en espacios en *overtourism* este desarrollo funciona como mecanismo para el decrecimiento, redimensionando la oferta y la demanda a las capacidades reales de los territorios. La aplicación del principio de subsidiariedad gestionaría la reorientación de los flujos turísticos, privilegiando la proximidad y creando nuevas oportunidades para un turismo internacional razonado.

3. Organizar el turismo desde la proximidad contextualiza sistemáticamente la propuesta turística, promoviendo una gobernanza turística basada en el lugar. Este principio promueve el empoderamiento y la reducción de las desigualdades. No obstante, este proceso necesita una reflexión profunda sobre el sentido que se le da a la proximidad en cada territorio. Por ejemplo, contextos insulares o territorios remotos no podrán seguramente aplicar algunas de las definiciones de turismo de proximidad enunciadas anteriormente, ya que su perímetro de proximidad será más amplio y la movilidad no será únicamente por vía terrestre.
4. Desplegar una estrategia turística desde la proximidad implica un ejercicio de pedagogía y de transparencia que evite lecturas xenófobas o excluyentes de dicha estrategia. Trabajar en pro de una transición ecosocial en el marco de los ODS significa trabajar en red a escala mundial, desde cada uno de los territorios.
5. Aplicar los turismos de proximidad como palancas de transformación del *statu quo* que ha generado los problemas que se pretenden resolver a través de los ODS significa inevitablemente politizar el debate turístico. Proponemos que se utilice la mirada turística para entender la relación de las personas con su entorno, sea urbano, rural o natural.

Estos cinco puntos constituyen, a nuestro parecer, los ejes clave en el desarrollo de un modelo de turismo coherente con los principios de una transición ecosocial amplia, que permita superar el contexto actual de policrisis y construir las bases de un sistema más justo, reduciendo las desigualdades y contribuyendo efectivamente al principal objetivo del desarrollo sostenible: la erradicación de la pobreza. En turismo, esto solamente se puede traducir por una actividad desmercantilizada y accesible, anclada en los territorios cuyos actores deben estar detrás de su planificación y gestión, adaptada a las características de cada territorio, privilegiando los desplazamientos cortos y los viajes con sentido, desde

una perspectiva abierta y política. En el contexto actual, la transición llegará de forma planificada o de forma forzada. Para que este cambio de paradigma no deshaga el trabajo realizado en el marco de los ODS, desde aquí recordamos el carácter esencial de esta reflexión y de las oportunidades para una transformación sistémica desde el turismo.

## Referencias bibliográficas

- Amat, D. y Bargués, P. (2022). De Glasgow a Sharm el-Sheij (COP27): ¿cómo podemos aumentar la ambición climática? *CIDOB Notes Internacionals*, 267, 1-8.  
<https://doi.org/10.24241/NotesInt.2022/267/es>
- Arruzza, C., Bhattacharya, T. y Fraser, N. (2019). *Manifiesto de un feminismo para el 99 %*. Herder Editorial.
- Atout France. (2015). *Tourisme de proximité – Mythes et opportunités*. Col. Marketing Touristique.
- Bella, B. (2 de enero de 2018). Ecotourism for 'Empowerment'? *Medium*.  
<https://medium.com/@bethanybella/ttps-medium-com-bethanybella-ecotourism-for-empowerment-550a35a5cc6f>
- Bieliková, H. y Palenčíková, Z. (2021). Sustainable Tourism Development in Times of the COVID-19 Pandemic: Case Study of Slovakia. En: Mahmut Demir, Ali Dalgıç y Fatma Doğanay Ergen, *Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry*, (pp. 823-842). IGI Global.  
<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8231-2.ch040>
- Bihouix, P. (2020). *The Age of Low Tech. Towards a Technologically Sustainable Civilization*. Bristol University Press.
- Büscher, B. y Fletcher, R. (2019). Towards Convivial Conservation. *Conservation & Society*, 17(3), 283-296.  
[https://doi.org/10.4103/cs.cs\\_19\\_75](https://doi.org/10.4103/cs.cs_19_75)
- Büscher, B., y Fletcher, R. (2020). *The Conservation Revolution: Radical Ideas for Saving Nature Beyond the Anthropocene*. Verso.
- Callot, P. (2013). Tourisme après-pétrole: des préférences au scénario le plus probable. Une tentative d'exploration. *Mondes en développement*, 3(163), 131-142.  
<https://doi.org/10.3917/med.163.0131>
- Cañada, E. (2020). *Sesc Bertioga, donde el turismo social construye esperanza*. Alba Sud Editorial, Informes en contraste, 11.  
<https://www.albasud.org/publicacion/es/96/sesc-bertioga-donde-el-turismo-social-construye-esperanza>
- Cañada, E. (2 de febrero de 2023). ¿Es posible un turismo poscapitalista? *Alba Sud*.  
<https://www.albasud.org/blog/es/1552/iquest-es-posible-un-turismo-poscapitalista>
- Cañada, E. e Izcara, C. (eds.). (2021). *Turismos de proximidad. Un plural en disputa*. Icaria Editorial.
- Cañada, E. y Murray, I. (coord.). (2019). *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo*. Icaria Editorial.

- Colin, C. (31 de enero de 2023). In a world of limited resources, the future is low-tech – providing we make products more user-friendly. *The Conversation*.  
<https://theconversation.com/in-a-world-of-limited-resources-the-future-is-low-tech-providing-we-make-products-more-user-friendly-198827>
- Devine, J. A. (2017). Colonizing space and commodifying place: tourism's violent geographies. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(5), 634-650.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1226849>
- Díaz-Soria, I. (2017). Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. *Tourism Geographies*, 19(1), 96-117.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214976>
- Díaz-Soria, I. y Llurdés, J. C. (2013). Reflexiones sobre el turismo de proximidad como una estrategia para el desarrollo local. *Cuadernos de turismo*, (32), 65-88.  
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/177421>
- Dubois, G., Peeters, P., Ceron y J-P, Gössling, S. (2011). The future tourism mobility of the world population: Emission growth versus climate policy. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 45(10), 1031-1042.  
<https://doi.org/10.1016/j.tra.2009.11.004>
- Eagles, P. F. J. y McCool, S. F. (2002). *Tourism in national parks and protected areas*. CABI.
- Europa Press Economía y Finanzas. (18 de julio de 2022). El Instituto Sindical Europeo estima que 4,6 millones de españoles no podrán irse de vacaciones. *Europa Press*.  
<https://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-instituto-sindical-europeo-estima-46-millones-espanoles-no-podran-irse-vacaciones-20220718131732.html>
- Earth Changers. (22 de septiembre de 2022). How to Measure Tourism's Impact? Part 4: Rethinking Tourism Development - Doughnut Economics. *Earth Changers Blog*.  
<https://www.earth-changers.com/blog/2022/9/22/how-to-measure-tourisms-impact-part-4-rethinking-tourism-development-doughnut-economics>
- Fletcher, R., Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., Cañada, E., Murray, I. y Sekulova, F. (2021). Pathways to post-capitalist tourism. *Tourism Geographies*.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1965202>
- Hartman, S. y Heslinga, J. H. (2022). The Doughnut Destination: applying Kate Raworth's Doughnut Economy perspective to rethink tourism destination management. *Journal of Tourism Futures*.  
<https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0017>
- Higgins-Desbiolles, F. (2022). Subsidiarity in tourism and travel circuits in the face of climate crisis. *Current Issues in Tourism*.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2116306>
- Higgins-Desbiolles, F. y Bigby, B.C. (2022). A local turn in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 92, 103291.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103291>
- INE. (2023). Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) diciembre 2022 y año 2022.  
<https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1222.pdf>
- IPCC. (2022). *Climate Change 2022. Mitigation of Climate Change*. Working Group III Contribution to the Sixth Assessment Report on the Intergovernmental Panel on Climate Change.  
<https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/>

Izcarra, C. y Cañada, E. (2021). *Transformar el turismo desde la proximidad. ¿Cómo abordamos el debate en Cataluña?* Alba Sud Editorial, serie Informes en Contraste (19).  
<https://www.albasud.org/publicacion/es/109/transformar-el-turismo-desde-la-proximidad-quest-como-abordamos-el-debate-en-cataluna>

Jiménez-Crisóstomo, A. (2020). Análisis de la sostenibilidad energética del transporte aéreo y su impacto en el turismo. *Investigaciones Turísticas* (20), 31-49.  
<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.02>

Lash, S. (1990). *Sociology of postmodernism*. International library of sociology. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315832326>

Local Futures. (n. d.). *Local Futures. Economics of Happiness*.  
<https://www.localfutures.org/>

Méndez-Gutiérrez del Valle, R. y Monteserín-Abella, O. (2017). Redes alimentarias alternativas en grandes ciudades: los mercados de productores agrarios en Madrid. *Cuadernos Geográficos*, 56(1), 193-216.  
<https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/4049>

MITECO. (2020). *Estrategia a largo plazo para una economía española moderna, competitiva y climáticamente neutra en 2050*.  
[https://ec.europa.eu/clima/sites/lts/lts\\_es\\_es.pdf](https://ec.europa.eu/clima/sites/lts/lts_es_es.pdf)

Müller, N., Fletcher, R. y Blázquez-Salom, M. (2022). Convivial Tourism in Proximity. En: Freya Higgins-Desbiolles & Bobbie Chew Bigby, *The local turn in tourism. Empowering communities*, (pp. 215-231). Channel View Publications.

Norberg-Hodge, H. (2020). *El futuro es local*. Pol·len Edicions SCCL.

ONU. (n. d.). Objetivos de Desarrollo Sostenible.  
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Peeters, P., Higham, J., Kutzner, D., Cohen, S., y Gössling, S. (2016). Are technology myths stalling aviation climate policy? *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 44, 30-42.  
<https://doi.org/10.1016/j.trd.2016.02.004>

Prats, F., Herrero, Y. y Torrego, A. (2017). *La gran encrucijada. Sobre la crisis ecosocial y el cambio de ciclo histórico*. Libros en Acción.  
[https://www.fuhem.es/Landing\\_LaGranEncrucijada/lan\\_LaGranEncrucijada.html](https://www.fuhem.es/Landing_LaGranEncrucijada/lan_LaGranEncrucijada.html)

Robinson, W. (2008). *Latin America and global capitalism: A critical globalization perspective*. Johns Hopkins University Press.

Toharia, M. (30 de mayo de 2018). ¿Cuántos árboles por habitante hacen falta en las ciudades? *El País*.  
[https://elpais.com/elpais/2018/05/07/seres\\_urbanos/1525688899\\_487227.html](https://elpais.com/elpais/2018/05/07/seres_urbanos/1525688899_487227.html)

Tooze, A. (24 de junio de 2022). Chartbook #130 Defining polycrisis - from crisis pictures to the crisis matrix. *Chartbook*.  
[https://adamtooze.substack.com/p/chartbook-130-defining-polycrisis?utm\\_campaign=post&utm\\_medium=web](https://adamtooze.substack.com/p/chartbook-130-defining-polycrisis?utm_campaign=post&utm_medium=web)

UNWTO. (n. d.). *Women's empowerment and tourism*.  
<https://www.unwto.org/gender-and-tourism>

UNWTO. (2020). *International Tourism Highlights*. 2020 Edition.  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>

UNWTO. (18 de enero de 2022). *Tourism grows 4 % in 2021 but remains far below pre-pandemic levels.*

<https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>

UNWTO. (17 de enero de 2023). *Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023.*

<https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023>

# La medición del valor social del turismo

---

**Javier Mendoza Jiménez**

*Profesor Ayudante Doctor de Organización de Empresas.  
Universidad de La Laguna*

**Beatriz Guzmán Pérez**

*Cátedra CESCO  
Universidad de La Laguna*

**María Victoria Pérez Monteverde**

*Profesora Contratada Doctora de Economía Financiera y Contabilidad  
Universidad de La Laguna*

## 1. Introducción

La sostenibilidad del turismo ha sido normalmente abordada desde el punto de vista ambiental y económico. Entre las «5Ps» de la sostenibilidad, la atención ha estado más centrada en la parte de Planeta (Moyle et al., 2022) o de Prosperidad (Falatoonitoosi et al., 2022). Sin embargo, en los últimos años un mayor número de investigaciones ha entrado a analizar la parte social de la sostenibilidad turística a través de la opinión de los residentes (Weaver et al., 2022), de las actitudes de los turistas (MacInnes et al., 2022) e incluso de los efectos del turismo para la cohesión de las comunidades locales (Mathew, 2022).

Esas líneas de investigación aún no se han trasladado como sería deseable a la parte práctica del turismo y, por ejemplo, en distintas plataformas como Booking o Tripadvisor —que han implementado entre sus criterios de búsqueda algunos relacionados con la parte ambiental— no es posible discriminar los resultados por aspectos relacionados con la parte social como podrían ser cuestiones ligadas a la responsabilidad social empresarial o a las condiciones de los trabajadores.

Otro problema que se ha detectado es que el turismo se ha medido tradicionalmente por magnitudes absolutas como el número de turistas, de pernoctacio-

nes, los desplazamientos e incluso las contribuciones al PIB y al empleo, pero sin entrar en detalle —al menos en lo que a datos públicos se refiere— en los impactos que tiene a un nivel más microeconómico. Dicho de otro modo, frente a la tendencia de poner a la persona en el centro que promulgan corrientes como el capitalismo de los grupos de interés (Freeman et al., 2007) o la Economía Social, el turismo parece haberse centrado solamente en el turista, dejando de lado a los residentes.

Para contribuir a la relevancia de la medición de la sostenibilidad social se analizará, en primer lugar, el enlace de la contribución social del turismo con los ODS para, seguidamente, proponer una metodología para medir los impactos que este produce teniendo en cuenta los distintos grupos de interés y poniendo como caso de ejemplo al Hotel Tigaiga. Finalmente, se ofrecerán las conclusiones y las referencias bibliográficas usadas.

## 2. La contribución social del turismo y los ODS

El turismo es de los pocos sectores que aparece mencionado de manera explícita en los ODS, concretamente en el Objetivo 8 cuya meta 9 ambiciosa «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» (Naciones Unidas, 2015). La propia definición de esa meta está, paradójicamente, muy relacionada con la parte social, ya que menciona explícitamente el trabajo y la cultura. El reto, por lo tanto, está en conocer cómo poder medir si realmente el turismo está contribuyendo a ese desarrollo social que se le ha encomendado.

Los indicadores que actualmente se contemplan para llevar a cabo esa tarea distan, en nuestra opinión, de ser los ideales. Lo recogido en el INE para la meta 8.9 se define como PIB generado directamente por el turismo en proporción al PIB total y a la tasa de crecimiento. No se entrará aquí, por cuestiones de espacio y por centrar el tema, en la idoneidad o no del PIB como indicador del avance de la sostenibilidad (e incluso del crecimiento)<sup>1</sup>, pero sí puede concluirse que probablemente sean necesarias otras metodologías para medir ese extremo.

El turismo debe hacer un uso responsable de los bienes comunes o corre el riesgo de desmoronarse (Briassoulis, 2002). Es por ello que, junto a la necesidad de contar con indicadores adecuados para la medición, otro de los requerimientos que deberían exigírsele a la metodología para la medición de la

---

1 A este respecto, un buen análisis sobre los problemas que presenta el PIB como indicador puede encontrarse en Pilling, D. (2019). *El delirio del crecimiento*. Taurus.

sostenibilidad social es que tenga en cuenta a los distintos grupos de interés que no solo actúan, sino que se ven directa o indirectamente afectados por las actividades turísticas. En el siguiente apartado se propone la contabilidad social como método para avanzar en la resolución de esos problemas.

### 3. La medición del valor social del turismo: el caso del Hotel Tigaiga

Para avanzar en la medición de la sostenibilidad social del turismo se propone el uso del modelo Contabilidad Social desarrollado por Retolaza et al. (2016) y que se basa en la teoría de stakeholders desarrollada por Freeman (1984) y que supone dar un giro de 180 grados a la noción tradicional de la responsabilidad social empresarial. En este caso, el valor generado por una entidad se mide tomando en cuenta las opiniones de los distintos grupos de interés y no solo de los accionistas. La medición de ese valor se divide, además, entre el valor social de mercado y el de no mercado, bajo la premisa de que se genera valor solamente si es percibido por alguien (Retolaza et al., 2016).

El método usado contempla cinco etapas que de acuerdo con Retolaza et al. (2014) se articulan como sigue:

1. Se identifican los principales grupos de interés y se realiza un mapa con los interlocutores para ellos.
2. Se realizan entrevistas personales de las que se extraen una serie de aspectos que los interlocutores señalan como generadores de valor.
3. Partiendo del punto anterior, se aplican una serie de algoritmos para identificar las variables de valor.
4. Se cuantifican esas variables de valor mediante el empleo de *outputs* y *proxies* que aseguren que son valoradas acorde a un precio similar al de mercado.
5. Se calcula el valor social integrado, que incluye el de mercado y el de no mercado.

Con el empleo de este método se puede obtener no solo el valor generado por la entidad, sino que también puede determinarse para quién lo genera y los puntos de intersección entre los distintos grupos de interés.

En este caso, se aplicaron los cinco pasos anteriormente descritos al Hotel Tigaiga, un hotel familiar en Puerto de la Cruz que ha sido reconocido nacional

e internacionalmente por su buena labor ambiental y que estaba interesado en conocer igualmente su impacto en la sociedad. Las variables de valor obtenidas tras el proceso llevado a cabo, que se recogen en el Cuadro 1, muestran una diversidad que va más allá de lo obtenido con otros procesos de contabilidad o de análisis de la sostenibilidad más tradicionales.

**Cuadro 1.** Variables de valor del Hotel Tigaiga

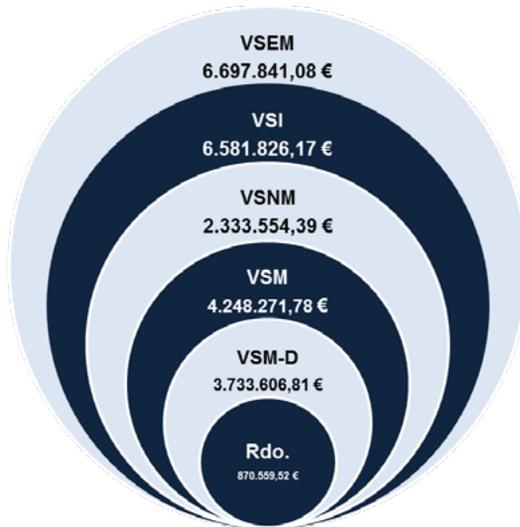
1	Servicio al cliente
2	Disfrute de jardines del hotel
3	Embelllecimiento del entorno
4	Sentimiento de valía
5	Formación
6	Cuidado de la salud de los trabajadores
7	Revalorización del currículum
8	Confianza
9	Ahorro de gastos de alquiler
10	Prestigio
11	Seguridad económica
12	Reputación del destino turístico
13	Sostenibilidad ambiental
14	Know-how
15	Donación de recursos
16	Divulgación
17	Tracción de entidades
18	Colaboración
19	Puertas abiertas
20	Innovación
21	Asesoramiento

*Fuente: Elaboración propia*

En la parte social, destacan cuestiones como la formación, el cuidado de la salud de los trabajadores y el sentimiento de valía que las acciones del Hotel Tigaiga permiten generar para distintos grupos de interés. En términos monetarios, la Figura 1 muestra el paso de un resultado sin distribuir de algo menos de

900.000 euros a un valor social íntegro de más de 6,5 millones de euros. El valor social de no mercado, por su parte, supone que la entidad ha transferido a sus grupos de interés un valor sin contrapartida de precio de mercado, de más de 2,2 millones de euros, esto es, al menos 2,7 veces el resultado de explotación.

Figura 1. Ecosistemas de valor del Hotel Tigaiga



**Rdo.:** Resultado

**VSNM:** Valor social de no mercado

**VSM-D:** Valor socioeconómico directo

**VSI:** Valor social integrado

**VSM:** Valor social de mercado

**VSEM:** Valor socioemocional

Fuente: Elaboración propia

Todo lo anterior muestra las posibilidades de este método para determinar la contribución que realiza, en este caso, el Hotel Tigaiga y que puede ser útil no solo desde el punto de vista estratégico del propio hotel —mediante la identificación de qué y para quién genera valor—, sino también para la ciudadanía o para la Administración pública que pueden conocer en mayor detalle cuáles son los puntos fuertes y débiles del establecimiento.

## 4. Conclusiones

La intención de Lanzarote de declararse «zona saturada turísticamente» es una señal de que el turismo en Canarias puede entrar en una nueva fase donde se haga una apuesta más decidida por la sostenibilidad, que, aborde de manera valiente el ya largo debate entre la calidad y el número de turistas. Para ello,

hacen falta metodologías que ayuden a clarificar cuál es la contribución real del turismo más allá de los tradicionales grandes números, y que permitan identificar cuáles son realmente los impactos que se están generando no desde el punto de vista de las entidades involucradas, sino de los diferentes grupos de interés que colaboran con ellas.

En este breve capítulo se ha puesto de manifiesto los beneficios que la aplicación de la contabilidad social podría tener de cara a lograr información que permita enriquecer con datos útiles esa nueva senda hacia la sostenibilidad (no solo la económica), que parece que se quiere emprender. Intentar abordar la complejidad del turismo con soluciones maximalistas no parece la mejor solución para asegurar un futuro para los que estamos y los que estarán. Conocer el verdadero valor que genera, y también los potenciales riesgos, es uno de los pilares fundamentales para llevar a cabo un viraje necesario en un sector fundamental en Canarias.

## Referencias bibliográficas

Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of tourism research*, 29(4), 1065-1085.

Falatoonitoosi, E., Schaffer, V., & Kerr, D. (2022). Does sustainable tourism development enhance destination prosperity? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(5), 1056-1082.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.

Freeman, R. E., Martin, K., & Parmar, B. (2007). Stakeholder capitalism. *Journal of business ethics*, 74, 303-314.

MacInnes, S., Grün, B., & Dolnicar, S. (2022). Habit drives sustainable tourist behaviour. *Annals of Tourism Research*, 92, 103329.

Mathew, P. V. (2022). Sustainable tourism development: discerning the impact of responsible tourism on community well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 987-1001.

Moyle, B. D., Weaver, D. B., Gössling, S., McLennan, C. L., & Hadinejad, A. (2022). Are water-centric themes in sustainable tourism research congruent with the UN Sustainable Development Goals? *Journal of Sustainable Tourism*, 30(8), 1821-1836.

Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2016). *Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value*. Springer.

UN. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution of the General Assembly A/RES/70/1, September.

Weaver, D. B., Moyle, B., & McLennan, C. L. J. (2022). The citizen within: Positioning local residents for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 897-914.

# La vía del turismo accesible para la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

---

**Raquel Huete-Nieves**

*Profesora Titular del Departamento de Sociología I  
Universidad de Alicante*

**Ana C. Rucci**

*Instituto de Investigaciones en Turismo  
Universidad Nacional de La Plata*

**Rosario Navalón-García**

*Profesora Titular del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física  
Universidad de Alicante*

## 1. Introducción

Desde la inclusión de las personas con discapacidad en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la importancia de abordar este asunto en el desarrollo del turismo ha aumentado exponencialmente. Si el turismo sostenible se centra en el empoderamiento de los grupos desfavorecidos y la prevención de la pobreza, el turismo accesible es un requisito clave para todas las estrategias y políticas de turismo sostenible. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT) ha declarado que la accesibilidad en el turismo debe ser un componente central de todas las políticas de turismo sostenible y responsable, dedicando incluso el Día del Turismo del año 2016 al *Turismo para todos*. Y en 2020 fue más allá proponiendo el turismo accesible como el «cambio de paradigma» necesario para afrontar la recuperación tras la pandemia de la covid-19 (OMT, 2020).

El turismo accesible es una forma de turismo que está concebida para ser inclusiva y apta para todas las personas, independientemente de sus capacidades o discapacidades. Además de las personas con discapacidad, la expresión incluye a las personas mayores, las familias, las mujeres embarazadas y las personas con discapacidad temporal. En este sentido, se trata de extender la idea de

que todas las personas, con o sin discapacidad, apreciarán la accesibilidad en algún momento de su vida.

Para contribuir a una aplicación de los ODS que incluya a las personas con discapacidad, el sector turístico debe promover oportunidades específicamente para estas: 1) a través del empleo y el trabajo por cuenta propia dentro del sector turístico; y 2) como consumidores y usuarios de productos y servicios turísticos. Respecto a la creación de empleo, cualquier estrategia nacional o local sobre turismo debe garantizar que se beneficie a las personas con discapacidad en igualdad de condiciones con las demás (o incluso preferentemente, como medida para contrarrestar la exclusión estructural del mercado laboral). Hasta ahora, se ha prestado más atención a garantizar la usabilidad de los productos y servicios turísticos por parte de las personas con discapacidad que a su incorporación como prestadores de servicios turísticos (Huete-Nieves y García-Ramos, 2022). No obstante, dada la falta de normas internacionales y sistemas de medición unificados, aún son escasos los datos estadísticos y de investigación sobre las personas con discapacidad como consumidores del sector turístico.

Los datos disponibles relativos al turismo accesible (Comisión Europea, 2014; Hernández-Galán et al., 2017; Rucci, 2021) indican que:

- Las personas con discapacidad, en particular las de los países desarrollados, participan cada vez más en el turismo.
- Las personas con discapacidad no suelen viajar solas.
- Las personas mayores con discapacidad que tienen un ingreso estable, es decir, aquellas que trabajaron durante sus años activos, tienen más tiempo libre y disponibilidad para viajar y son una cohorte creciente de consumidores de turismo accesible.
- La demanda de servicios turísticos accesibles está aumentando, lo que se traduce en una mayor calidad general del turismo en los destinos que responden eficazmente, puesto que la accesibilidad beneficia a todas las personas, más allá de las que presentan discapacidad.
- El turismo accesible es una gran oportunidad de negocio; por ejemplo, generó 394.000 millones de euros de contribución económica total en términos de producto interior bruto en la Unión Europea en el año 2012.
- El turismo accesible disminuye la vulnerabilidad de los destinos a la estacionalidad al mejorar la demanda de turismo fuera de temporada.

Para una gran proporción de personas con discapacidad, las barreras financieras son el obstáculo más importante para viajar. La situación socioeconómica es generalmente más baja en muchas personas con discapacidad en comparación con las personas sin discapacidades, lo que puede hacer que viajar sea una opción menos viable. Además, los gastos relacionados con el turismo suelen ser más altos para las personas con discapacidad, especialmente si necesitan ir acompañadas de un asistente personal o reservar un alojamiento accesible (a menudo más caro). Para abordar esta cuestión, muchos países han establecido beneficios para reducir los costos para las personas de bajos ingresos, incluidas las personas con discapacidad. En relación con el turismo, la *Estrategia Española sobre Discapacidad 2022-2030* observa la necesidad de promover la participación, contribución y disfrute en la vida cultural, las actividades de ocio, el turismo, el esparcimiento y el deporte de las personas con discapacidad, con especial atención a las personas menores de edad. Junto a este eje de actuaciones figura otro que se refiere a la inclusión laboral y que plantea el objetivo de aumentar la tasa de actividad de las personas con discapacidad, avanzando en asegurar su derecho a un empleo digno en entornos laborales abiertos, inclusivos y accesibles; posibilitando así su promoción y desarrollo laboral en igualdad de condiciones (Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, 2022).

Por otra parte, algunas personas con discapacidad temen viajar debido a la falta de certeza sobre la accesibilidad y la disponibilidad de los servicios necesarios, o a los prejuicios que puedan encontrar durante el viaje. Aunque en España existe una demanda potencial de turismo accesible de hasta 6 millones de visitantes, una investigación mostró que el 56 % de las personas con discapacidad encuestadas decidieron no ir de vacaciones a España debido a la falta de opciones de turismo accesible (Fundación Adecco, 2018).

## 2. El turismo accesible y los ODS

El turismo accesible está estrechamente alineado con los ODS, en particular con el Objetivo 8, que indica la necesidad de «promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos». Este objetivo es muy relevante para el turismo accesible porque fomenta la idea de que todas las personas deberían tener la oportunidad de participar en la economía, incluso a través de los viajes y el turismo. Además, el turismo accesible está alineado con el Objetivo 10, «reducir la desigualdad dentro y entre los países», y el Objetivo 11, centrado en «hacer que las

ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles». Estos objetivos son importantes para el turismo accesible porque apoyan la idea de que todos deben tener la oportunidad de acceder y disfrutar de los beneficios de los viajes y el turismo, independientemente de sus capacidades o discapacidades. Otros ODS también relacionados con el turismo accesible son: el Objetivo 3, que plantea la «Buena salud y bienestar», ya que se debe tener en cuenta la accesibilidad para las personas con discapacidades de movilidad, visuales o auditivas; y el Objetivo 4, sobre «Educación de calidad», puesto que es importante para el turismo proporcionar capacitación y educación a los empleados sobre accesibilidad e inclusión. Por último, aunque el sector turístico es un importante empleador de mujeres, que contribuye al logro del ODS 5 «Igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas», en el caso de mujeres con discapacidad se ha de hacer un esfuerzo añadido para su no discriminación. La discapacidad se convierte en un agravante cuando se suman otras características del individuo, como las ligadas al género o la maternidad, entre otras.

### 3. Propuestas de actuación

Se pueden destacar dos grandes ejes de intervención. El primero, relacionado con la cadena de valor y el segundo con la gobernanza (ONU, 2020):

- a) Mejorar tanto la accesibilidad del transporte público como de todos los recursos turísticos, hacia el logro de una cadena sin restricciones de movimiento para personas con discapacidad.
- b) Aumentar la participación de las personas con discapacidad en el turismo como consumidores, pero también como operadores económicos e interlocutores sociales.

En cuanto al primer eje, las principales acciones a realizar por parte del sector turístico para alcanzar los ODS, particularmente los ODS 3, 10 y 11 se pueden concretar en:

- Adoptar una legislación que aborde la accesibilidad de los medios e infraestructuras de transporte (estaciones de tren, aeropuertos, etc.).
- Adoptar normas internacionales de accesibilidad aplicables a los recursos y espacios públicos, incluidos los recursos patrimoniales protegidos.
- Implementar criterios de accesibilidad para los procesos de contratación pública con el fin de priorizar las soluciones accesibles.

- Proporcionar formación en todos los ámbitos.
- Establecer mecanismos para garantizar el cumplimiento de las normas obligatorias de accesibilidad.
- Tomar medidas para facilitar el movimiento de personas con discapacidad a través de regiones y fronteras, con el reconocimiento mutuo de la condición de discapacidad para estimular la participación de las personas con discapacidad en las actividades culturales, deportivas y de ocio, así como su acceso sencillo en el transporte para llegar a ellas, incluido el estacionamiento.
- Abordar el uso de la tecnología por parte de las personas con discapacidad para la interacción con los destinos, especialmente en el marco de ciudades y destinos con modelos de inteligencia turística.

Por lo que respecta al segundo eje, relacionado particularmente con el ODS 8 (también ODS 4 y 5), se precisa:

- Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el espíritu empresarial, la creatividad y la innovación. También fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas o medianas empresas, incluso mediante el acceso a los servicios financieros.
- Garantizar la accesibilidad de la información y la comunicación relacionadas con los servicios y campañas turísticas nacionales y locales, con esfuerzos específicos para difundir información sobre turismo accesible.
- Mejorar en la mayor medida posible la accesibilidad de los lugares naturales e históricos sin poner en peligro su integridad y relevancia histórica.
- Incluir criterios de incapacidad-inclusión en las políticas públicas y en la legislación relacionada con el turismo; además, proporcionar incentivos para la inclusión de las personas con discapacidad en todo el sector turístico público y privado.
- Sensibilizar y promover incentivos entre los operadores turísticos públicos y privados sobre el turismo accesible.
- Apoyar la formación de los operadores turísticos para eliminar las barreras de actitud contra los turistas con discapacidad y promover una mejor comprensión y atención de sus necesidades.
- Adoptar medidas específicas para promover el empleo de las personas con discapacidad, incluidas las mujeres con discapacidad, en el sector del turismo y la hostelería.

- Involucrar a personas expertas con discapacidad para mejorar la accesibilidad y la inclusión en turismo y la hostelería.
- Promover iniciativas para un turismo inclusivo y accesible, así como la difusión y el intercambio de buenas prácticas entre los operadores turísticos.
- Incluir una condicionalidad de la discapacidad en los planes de apoyo disponibles para el desarrollo del sector turístico.
- Utilizar la legislación sobre contratación pública para estimular que las empresas del sector turístico y hotelero cumplan con el criterio de inclusión de la discapacidad.

En términos generales es necesario:

- Promover la información sobre accesibilidad, que ha de estar integrada en materiales y sitios web generales de promoción turística, infraestructuras, productos y servicios; incluidas las interfaces y los terminales de información, documentos PDF, plataformas audiovisuales y aplicaciones.
- Recolectar datos precisos y homogéneos que permitan caracterizar las condiciones de accesibilidad de los productos, servicios y entornos, y generar acciones de mejora.
- Identificar las lagunas en la prestación de servicios desde la perspectiva de la experiencia integral para seguir desarrollando oportunidades para las personas con discapacidad.
- Adoptar normas de accesibilidad obligatorias aplicables en todo el sector turístico (por ejemplo, hoteles, restaurantes, museos, galerías de arte), que cubran la accesibilidad para las personas con discapacidad, que cumplan el principio de diseño universal y que sean supervisadas y acompañadas de sanciones disuasorias.
- Garantizar la consulta de las personas con discapacidad y sus organizaciones representativas en el diseño y la implementación de políticas y marcos regulatorios.
- Asegurar que las personas con discapacidad tengan tarifas iguales o inferiores a las demás para acceder a los servicios turísticos y no se vean obligadas a recurrir a productos o servicios más caros.
- Introducir un marco de supervisión independiente y transparente con la participación de organizaciones de personas con discapacidad.
- Establecer sanciones disuasorias para los operadores que no cumplan con las normas nacionales de accesibilidad.

Para alcanzar con éxito el objetivo de inclusión universal en el turismo hay algunas prácticas que se deben evitar de manera particular. Se señalan a continuación, dado que son demasiado habituales y es conveniente su identificación:

- Abordar de forma aislada los diferentes niveles de la cadena de suministro turístico y/o los diferentes sectores implicados (por ejemplo, abordar la accesibilidad de los monumentos públicos sin contemplar el transporte para llegar a ellos).
- Confiar únicamente en el mercado turístico (incluidos los operadores) para abordar la inclusión y la accesibilidad.
- Pasar por alto las barreras y las prácticas discriminatorias a las que se enfrentan los pasajeros con discapacidad cuando buscan acceder a los viajes aéreos.
- Obviar la importancia de la información accesible.
- Limitar la difusión de los datos disponibles sobre accesibilidad.
- Ignorar o subestimar la importancia de las habilidades y conocimientos del personal del sector turístico para mejorar el nivel de satisfacción de los turistas con discapacidad; o limitar las oportunidades de formación al personal específico dedicado exclusivamente a las personas con discapacidad (ODS 4).
- Ignorar la necesidad de recopilar y sistematizar información esencial sobre el turista, como sus necesidades especiales, por ejemplo.
- Limitar las medidas a la accesibilidad física, dejando de atender a discapacidades intelectuales y sensoriales.
- Invocar automáticamente la integridad monumental, relevancia histórica o cualquier otro estado protegido para justificar la inacción en términos de accesibilidad.
- No confiar en el monitoreo y la aplicación de normas obligatorias como la única medida para que los proveedores de servicios garanticen la accesibilidad.
- No desarrollar un sistema estandarizado para evaluar y certificar la accesibilidad de los recursos turísticos, alojamiento, restauración u otras instalaciones y servicios. Promover el desarrollo de múltiples sistemas de evaluación y certificación de la accesibilidad conduce a la difusión de información promocional deficiente y engañosa de servicios que no son accesibles.

- Difundir información relacionada con la accesibilidad solo en materiales promocionales separados y no desarrollar aplicaciones de viaje ni instalar terminales de venta de interfaz en los aeropuertos, teniendo en cuenta su accesibilidad para las personas con discapacidad.
- Permitir que los proveedores de servicios cobren más a las personas con discapacidad en función de los costos relacionados con la accesibilidad, o limitar la garantía de accesibilidad a productos o servicios más caros.

#### 4. Conclusiones

Es imprescindible avanzar en la investigación para fortalecer el turismo accesible, en cooperación con la cadena de valor turística del sector privado. Se necesita más investigación en métodos de recopilación de datos (por ejemplo, encuestas) para evaluar la satisfacción, los patrones de comportamiento y la contribución económica de los turistas con discapacidad. De hecho, los últimos datos sobre población con discapacidad a nivel internacional datan de al menos una década atrás (OMS y Banco Mundial, 2011). Así pues, es necesario contar con datos que permitan el monitoreo y cumplimiento de las metas de los ODS. No basta con incorporar los ODS a los planes estratégicos de los destinos turísticos, sino que es fundamental establecer mecanismos de medición de su cumplimiento. En este sentido, una buena práctica se encuentra en la Comunitat Valenciana, que además de publicar un *Manual de Recomendaciones para el cumplimiento de los ODS* (Turisme CV, 2019) evalúa y publica dicho cumplimiento en distintos destinos turísticos como parte de su plan estratégico.

Es preciso potenciar la investigación sobre la participación de las personas con discapacidad, tanto en la función de operadores económicos como de consumidores, dentro del sector turístico, con el fin de identificar los problemas y seguir desarrollando políticas e iniciativas para mejorar sus oportunidades de empleo, así como su experiencia de consumo como turistas.

El turismo sostenible y, por ende, el turismo accesible tiene una posición firme 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. En este sentido, la accesibilidad se ha vuelto un determinante en la elección del destino para las personas con discapacidad y sus núcleos familiares; también una dimensión estratégica en la gestión turística del modelo de *Destinos Turísticos Inteligentes* y, asimismo, una oportunidad para los destinos de convertir esa accesibilidad en una ventaja competitiva. Aunque queda mucho por hacer, creemos que promover el turismo accesible

ayuda de manera significativa a alcanzar los ODS y vivir en un mundo más inclusivo y equitativo.

## Referencias bibliográficas

- Comisión Europea, DG Empresa e Industria. (2014). *Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe*.  
[https://www.researchgate.net/publication/264522053\\_Economic\\_Impact\\_and\\_Travel\\_Patterns\\_of\\_Accessible\\_Tourism\\_in\\_Europe\\_Full\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/264522053_Economic_Impact_and_Travel_Patterns_of_Accessible_Tourism_in_Europe_Full_Report)
- Fundación Adecco. (2018). *Informe Turismo Inclusivo y Empleo*.  
<https://fundacionadecco.org/informes-y-estudios/informe-turismo-inclusivo-empleo/>
- Hernández-Galán, J., Borau, J. L. y Sánchez Martín, C. (2017). *Observatorio de Accesibilidad Universal del turismo en España. Informe de Fundación ONCE*.  
<https://biblioteca.fundaciononce.es/publicaciones/colecciones-propias/coleccion-accesibilidad/observatorio-de-accesibilidad-universal-0>
- Huete-Nieves, R. y García-Ramos, A. (2022). Barreras y oportunidades para la inserción laboral de las personas con discapacidad en el sector turístico de la provincia de Alicante. *Cuadernos de Turismo* 49, 51-76.  
<https://doi.org/10.6018/turismo.521791>
- Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. (2022). *Estrategia española sobre discapacidad 2022-2030 para el acceso, goce y disfrute de los derechos humanos de las personas con discapacidad*.  
<https://www.mdsocialesa2030.gob.es/derechos-sociales/discapacidad/docs/estrategia-espanola-discapacidad-2022-2030-def.pdf>
- Naciones Unidas. (2020). *Policy Guidelines for Inclusive Sustainable Development Goals*.  
<https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issues/Disability/SDG-CRPD-Resource/ThematicBriefs/thematic-brief-tourism.pdf>
- Organización Mundial de la Salud y Banco Mundial. (2011). *Informe mundial sobre la discapacidad 2011*.  
<https://apps.who.int/iris/handle/10665/75356>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Directrices de la OMT para una recuperación inclusiva – Impactos socioculturales de la COVID-19, Tema 1: Personas con discapacidad*.  
<https://doi.org/10.18111/9789284422418>
- Rucci, A. C. (2021). *Accessible tourism and competitiveness: assessing different dimensions of accessibility in destinations*. Universidad de Alicante.  
<http://hdl.handle.net/10045/121569>
- Turisme CV. (2019). *Manual de Recomendaciones para el cumplimiento de los ODS*.  
[https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2019\\_ODS\\_recomendaciones.pdf](https://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2019_ODS_recomendaciones.pdf)

# Responsabilidad social y sostenibilidad corporativa de las empresas turísticas

---

**Alexis Robles Hormigo**

*Socio Director del Grupo Innovaris*

### 1. La responsabilidad social y la sostenibilidad

Sobra decir que, desde hace ya unos años, los términos *responsabilidad social* y *sostenibilidad* retumban en los oídos de muchos de forma estruendosa, sin embargo, a muchas personas —aún hoy— les sigue generando confusión uno y otro término. Cierto es también que estamos en una época en la que cualquier acción que se impulse, por muy pequeña que sea, se presenta ante nosotros con adornos, luces, fuegos artificiales y algo de pomposidad..., y esto ha provocado que se reaccione ante estas cuestiones como en el cuento de *Pedro y el Lobo*, en el que se desconfía de la verdad y de todo y de todos.

Las empresas, desde el minuto uno de su concepción, tienen que atender las demandas del mercado y, por tanto, las demandas de sus grupos de interés y partes interesadas. Siendo así, para poder abordar la temática de la responsabilidad social lo primero es poder gestionar de forma correcta estos grupos de interés.

Como paso previo, es importante saber a qué nos referimos cuando hablamos de grupos de interés y quiénes los componen; en el año 1983, Freeman los definía como todos aquellos grupos que se ven afectados de forma directa o indirecta por el desarrollo de la actividad empresarial y, por lo tanto, que tienen la capacidad de afectar al desarrollo de estas.

Una vez identificados estos grupos de interés, hemos de establecer vías de comunicación con los mismos para conocer sus necesidades, expectativas y requisitos. No existe un patrón predefinido o un listado genérico que pueda aplicarse ni siquiera dentro de un sector concreto, tampoco en el turístico, pues

estos grupos de interés cambian con el paso del tiempo y, además, dependen del tipo de empresa, su tamaño, su orientación estratégica o de algo tan simple como el emplazamiento de la misma: no serán los mismos grupos de interés los que se identifiquen para una empresa ubicada en la isla de El Hierro que los de una empresa ubicada en Lanzarote o Tenerife; de la misma forma, no serán los mismos grupos de interés los que se relacionen con una empresa de turismo activo que los de una agencia de viajes o un restaurante.

Podremos segmentar los grupos de interés en internos y externos. Los primeros se vinculan a la estructura organizativa interna de la empresa (socios, accionistas, directivos, empleados, sindicatos, etc.); los segundos, se conforman con todo lo que no pertenece a la propia estructura (clientes, proveedores, acreedores, sector público, entidades bancarias, turoperadores y OTA —Online Travel Agency—, reguladores, etc.).

## 2. La percepción empresarial de la sostenibilidad

Con este ejercicio de identificación y segmentación realizado, lo siguiente sería contactar con los mismos para conocer sus puntos de vista respecto a sus expectativas con la empresa, respecto a sus necesidades en relación con nuestros servicios y productos y respecto a sus requisitos contractuales y/o legales. Una vez hayamos obtenido información de relevancia sobre estos aspectos, estaremos en disposición de poder actuar, siempre teniendo en cuenta aquellos asuntos que nuestros grupos de interés han considerado relevantes y, por tanto, materiales.

Llegados a este punto es cuando ya podremos empezar a alinear nuestra estrategia como empresa con asuntos ASG, es decir, con criterios ambientales, sociales y de gobernanza. Así, estaremos orientando nuestras empresas turísticas hacia lo que se viene a llamar la responsabilidad social.

- Los criterios ambientales son aquellos que se relacionan con la actividad que tiene la empresa y su impacto en el medioambiente directa o indirectamente. Es decir, la forma en la que una organización, en este caso una empresa turística, consume recursos y materias primas como el agua, la luz, el papel o el tóner en el desarrollo de su actividad. Pero también tienen que ver con aquellos residuos que generamos y la forma en que los gestionamos. Además, a la hora de gestionar medioambientalmente nuestras empresas, es importante tener en cuenta la dimensión económica de estos impactos,

lo que nos facilitará poner en valor que lo que implementamos no son solo prácticas respetuosas con el entorno, sino que además son estrategias que nos dotan de mayor transparencia, una gestión orientada hacia la excelencia y que nos permiten ser más eficientes; la correcta gestión ambiental de nuestra operativa, por tanto, hará que seamos más competitivos.

- Los criterios sociales son aquellos que abordan la relación que la empresa mantiene de forma más directa con su personal, sus clientes, sus socios y el entorno local en el que interactúa, incluyendo su cadena de suministro y proveedores.
- En el marco de los criterios sociales se pueden abordar cuestiones relativas a la conciliación laboral y familiar, integrando políticas de flexibilidad, acciones encaminadas a asegurar el cumplimiento de políticas en materia de igualdad de género o la forma en que la organización se relaciona con sus clientes y su entorno; en este segundo ámbito de actuación, se incluiría la forma en que la empresa colabora con su entorno desde el punto de vista social y, especialmente, si se hace de forma responsable.
- Los criterios de buen gobierno son aquellos que rigen la forma en la que se dirige la empresa y cómo esta cumple y hace cumplir los marcos normativos, reglamentarios y los códigos éticos que la propia organización o su sector han determinado para una mejor operativa, protegiendo los intereses de sus propios grupos de interés y a los socios y accionistas de la empresa.

La combinación de una correcta aplicación de estos criterios ASG hace que una empresa pueda abordar con garantías el desarrollo de una política de responsabilidad social y que se alinee así con el marco legislativo vigente, incluidos los requisitos que llegan desde Europa y su nueva taxonomía europea.

Obviamente, si desplegamos una estrategia de responsabilidad social en nuestras empresas turísticas esto tendrá una serie de impactos en la propia organización, pero el mayor de ellos será la aportación de valor añadido, ya que las organizaciones que se comprometen con la responsabilidad social también reportan e informan a la sociedad en general y a sus grupos de interés en particular, en cumplimiento con las buenas prácticas de buen gobierno, hecho que dota a la empresa de una mayor transparencia pero que, además, crea valor económico para quien decide publicar sus resultados, pues permite conocer más y mejor a las empresas que así lo hacen y da plena información a todas sus partes interesadas.

Lo cierto es que reportar información en materia de responsabilidad social aporta gran valor a las empresas turísticas, pues implica la gestión de mucha información cualitativa previo análisis interno de su comportamiento como organización, y todo ello en relación con los tres criterios anteriormente mencionados: ambiental, social y de buen gobierno.

Hasta aquí todo correcto, pero ¿dónde encaja la denominación de sostenibilidad? Y, sobre todo, ¿cuándo podremos entender que una empresa desarrolla sostenibilidad corporativa? Si atendemos a la RAE (Real Academia Española), *sostenibilidad* es la cualidad de ser sostenible, y sostenible tiene varias consideraciones, la primera es ‘que se puede sostener’, y la segunda ‘que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medioambiente’. Si atendemos al significado de sostener nos vamos a quedar con tres de sus significados: el primero es que ‘sustenta, mantiene firme algo’, el segundo es ‘sostener los trabajos’ y el tercero es ‘mantener o proseguir’. Por tanto, parece que la denominación de *sostenibilidad* apunta a que debemos ser capaces de sostener «algo» en el tiempo, y si analizamos algunos sinónimos de *sostenibilidad* —que hemos elegido cuidadosamente—, veremos que se incorporan otras variantes que nos permiten componer mucho mejor nuestra denominación, por ejemplo: *viabilidad*, *continuidad*, *duración*, *rentabilidad*, *solidez* o *permanencia*. ¿Podríamos decir que estos sinónimos del término *sostenibilidad* son además cualidades de la sostenibilidad? ¿Podríamos decir que la sostenibilidad es rentable? Según la RAE, nuevamente, *rentabilidad* es la cualidad de ‘rentar’ o de ‘ser rentable [...]’ y *rentable* es ‘que produce renta suficiente [...]’ y si hablamos de *renta* da para mucho más, pues habla de ‘aumento de riqueza de una persona’ y de ‘utilidad o beneficio que rinde anualmente algo, o lo que de ello se cobra [...]’. Dicho esto, si aplicamos medidas encaminadas a la sostenibilidad que generen un beneficio anual y aumente la riqueza de nuestras organizaciones, podríamos afirmar sin temor a equivocarnos que la sostenibilidad puede ser rentable, pues todo ahorro en consumos implica una reducción de los gastos y por tanto un incremento de los recursos.

Igualmente, si actúa sobre la comunidad y su entorno, contribuyendo en proyectos sociales en favor de la empleabilidad, la cualificación y la mejora de las competencias, y ello permite favorecer el dinamismo del tejido empresarial, estaremos obteniendo un retorno social de nuestra inversión.

Siendo absolutamente pragmáticos, podríamos orientar nuestras organizaciones hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social solamente por el mero hecho de que la sostenibilidad es rentable, y sin tener en cuenta lo que podrían demandar nuestros grupos de interés, pero no parece esta la mejor de las ideas, ya que los mercados siempre obedecen a la ley de la oferta y la demanda, o eso nos decía Adam Smith, por lo que es fundamental atender a lo que nuestros grupos de interés demandan en los tiempos actuales y adecuar nuestras estructuras empresariales para poder disponer de una oferta adaptada a esas demandas. Esto solo lo vamos a conseguir atendiendo a nuestros grupos de interés —como explicaba anteriormente— y analizando las cuestiones que para ellos son materiales, es decir, aquellos asuntos relevantes de la empresa, y sobre los que nos tenemos que hacer cargo de sus principales impactos y riesgos asociados. Llegados a este punto, ¿cuáles son los principales asuntos que preocupan hoy en día a los consumidores? Pues según el estudio *EY Future Consumer Index: Deconstruyendo al Consumidor* —con una muestra sobre más de 14.400 consumidores de 20 países distintos, incluido España—, los temas más relevantes para los españoles son los altos precios de los productos, en segundo lugar, los conflictos armados y en tercer lugar el cambio climático. Aspectos todos ellos que tienen un impacto directo sobre el sector turístico en particular y la economía en general. Destacan de este estudio que los consumidores se orientan hacia unas compras más sostenibles, siendo este un componente clave, pues manifiestan el deseo de tener una vida más saludable y sostenible; y destacan en el estudio referido que criterios como el beneficio para la salud, la proximidad o cercanía de los productos, la calidad o el uso de envoltorios sostenibles se encuentran entre las cinco prioridades de los consumidores. Además, destaca cómo en un escenario de incertidumbre en torno a la economía, se vuelve a impulsar el ocio y los planes cerca de casa. Es decir, que los consumidores están manifestando su predisposición hacia la sostenibilidad y lo local. Cabe resaltar que en la percepción de muchos turistas, especialmente los españoles, el turismo ha pasado de ser un lujo a una necesidad, tal y como publicaba recientemente el portal turístico Weekendes, en el que se afirma que hay un nuevo paradigma y las personas consideran que viajar es un lujo que se tiene que hacer necesario, hecho que colisiona frontalmente con las recomendaciones de la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios). Hemos visto cómo recientemente la OCU ha puesto en aviso a muchas personas jubiladas

y futuros jubilados, ya que, según esta organización, la vida resulta cada vez más cara y tanto las pensiones como los salarios hacen prever un escenario de contención del gasto importante con previsiones de reducción de ingresos, en ocasiones de hasta 400 euros.

### 3. Conclusiones

Todos estos datos nos llevan a pensar que hemos de ser más eficientes si cabe en este análisis de la oferta y la demanda, pues no solo el consumidor está fijando sus líneas rojas, necesidades y requisitos, sino que parece que podrían ser menos los clientes que están dispuestos a hacer turismo, y los que lo hagan, lo harán con condiciones, con sus reglas, con sus criterios y de forma sostenible. Además, en países como España, se da una nueva situación: muchas de las personas que tendrán acceso a hacer turismo, serán personas mayores, con dificultades de movilidad, accesibilidad y que requerirán de destinos turísticos accesibles e inclusivos. Mientras en Europa, la escalada de precios en materias primas y productos básicos por el impacto de los conflictos bélicos existentes, hace que se encarezca todo y el perfil del turista esté cambiando. Hecho que hace necesario contrastar estas dos referencias previas con el informe de *Perspectivas Turísticas de Exceltur* publicado en enero de 2023 y con su análisis para este ejercicio. Si atendemos a los principales factores que, según el informe de Exceltur, favorecerán la actividad turística en 2023 cabe destacar uno sobre todos los demás, y no es otro que «la tendencia de una mayor prelación y priorización del gasto en viajes tras la pandemia, como un ámbito prioritario entre los hábitos de consumo ciudadano en la búsqueda de su bienestar», se aboga en este documento por nuevos modelos de gobernanza (público-privada y público-público), un replanteamiento jurídico y operativo entre entidades relevantes para abordar esquemas que agilicen la cogestión público-privada y se destaca los destinos turísticos de la España Verde y destinos de interior, más asociados a la sostenibilidad. Ante todos estos datos, un elemento común: el cambio en los hábitos del consumidor, que es quien determinará cuáles son nuestros asuntos materiales, que es quien decidirá dónde comprará, pero que ya nos da muchas pistas sobre el camino que parece que hemos de recorrer, y no es otro que el de la sostenibilidad.

Evidentemente, no podemos dejar fuera el concepto de *sostenibilidad corporativa*, que aquí tiene una aplicación más pragmática si cabe, pues según el Dow Jones Sustainability Index se trata de un enfoque de negocio que persigue crear

valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social. ¿Y qué es todo lo que he tratado de explicar con anterioridad sino esto? Esta sostenibilidad corporativa se presenta como una alternativa al modelo de gestión tradicional de crecimiento y maximización de resultados. Pues, además, no solo se reconoce la importancia del crecimiento empresarial y los beneficios en la cuenta de resultados, sino que requiere igualmente que la empresa persiga el cumplimiento de objetivos sociales, especialmente los que están relacionados con el desarrollo sostenible, las cuestiones sociales, la inclusión y la igualdad, la justicia y el desarrollo económico.

Dar respuesta a todo ello es la clave para poder aplicar políticas efectivas de responsabilidad social. Ser capaces de monetizar y cuantificar los resultados de nuestra gestión hará que sea más fácil trasladar a otros los impactos económicos que las políticas de responsabilidad social generan; cuando reducimos los consumos de luz o agua, también reducimos la factura de nuestras organizaciones, no solo la huella de carbono o la huella hídrica que nuestra organización genera; cuando reducimos el consumo de plásticos en nuestros establecimientos turísticos no solo estamos aminorando el impacto económico de la compra de vasos, envases o cubiertos, sino que estamos reduciendo los residuos que generamos; cuando somos más eficientes con nuestra movilidad contribuimos a menores emisiones a la atmósfera y además, con cada medida que pongamos en práctica estamos dando respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés. Dar respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés hace además que seamos socialmente responsables y que generemos un impacto positivo en nuestro entorno y especialmente en el ámbito turístico, que no solo lo componen los hoteles o las líneas aéreas que desplazan a los turistas, sino que lo compone toda la cadena de valor.

La sostenibilidad es rentable, pues bien entendida ayuda al desarrollo educativo de los futuros profesionales potenciando su talento, favorecerá la conciliación familiar, reforzará nuestra seguridad laboral, asegurará la diversidad y la igualdad de oportunidades, asegurará que contamos con una cadena de suministros responsable, favorecerá la gestión circular de los residuos, nos ayudará con una mejor gestión de la energía con criterios de eficiencia, favorecerá que operemos en entornos de transparencia, nos permitirá garantizar el cumplimiento legal y nos ayudará a visibilizar la lucha contra el fraude y la corrupción, nos facilitará que impulsemos productos más sostenibles que preserven la biodi-

versidad, pues serán demandados por nuestros grupos de interés y sobre todo, favorecerá el desarrollo económico y social. La sostenibilidad entendida bajo criterios ASG es el camino que ya nuestros grupos de interés nos demandan y es importante que eliminemos tabús sobre ella, pues lo responsable implica 'querer dar respuesta' y además 'que se pone cuidado en lo que se hace o decide'. Todo ello según la RAE, que además dice que *responsabilidad* es 'la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente'. Si atendemos al criterio de responsabilidad, emprender es un hecho libre, pero la acción de emprender y de desarrollarnos como empresas nos obliga a actuar con responsabilidad, y esa responsabilidad la hemos de desempeñar de manera sostenible, con sentido común y de forma rentable, porque sin duda, durante muchos años se nos ha olvidado explicar que la responsabilidad social es rentable.

# Panorama de la sostenibilidad social del turismo en Canarias

---

**Pablo Rodríguez González**

*Profesor Contratado Doctor de Sociología  
Universidad de La Laguna*

### 1. Introducción

Desarrollaré en este texto algunas ideas clave sobre la sostenibilidad social del turismo en las islas Canarias. La dimensión social fue el pilar más desatendido del paradigma inicial de la sostenibilidad, pero ha recibido un importante impulso en la formulación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tanto al ser objeto específico de bastantes objetivos, como al incorporarse como elemento transversal en el desarrollo de todos ellos (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2015). Cabe resaltar, sin ánimo de exhaustividad, una serie de elementos clave que vertebran esta dimensión social en los ODS: erradicación de la pobreza, igualdad de oportunidades, derechos sociales (empleo digno, educación, salud), respeto e integración de las minorías y participación ciudadana. En un intento de demarcar conceptualmente la noción de sostenibilidad social, Eizenberg y Jabareen plantean que la sostenibilidad social es un conjunto de prácticas sociales que pugnan por enfrentar los riesgos colectivos al tiempo que abordan las preocupaciones sociales, reuniendo estas prácticas en cuatro ámbitos o componentes conceptuales: equidad (prácticas o medidas de reconocimiento, redistribución y participación), seguridad (prevención de daños y adaptación), *eco-prosumption* (prácticas ambiental y socialmente responsables de producir y obtener valor) y formas urbanas (base física de las comunidades y ciudades socialmente deseadas) (Eizenberg & Jabareen, 2017).

Trasladando el foco de atención a cómo se plantea la sostenibilidad social en el ámbito turístico, la Organización Mundial del Turismo ya se hacía eco —hace más de 20 años— de la *responsabilidad social* del turismo, planteando en el artículo 5 de su Código Ético del Turismo la necesidad de que favorezca la «participación»

pación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales», situando la mejora del nivel de vida de la población como objetivo del desarrollo turístico. De igual forma, se plantea que el desarrollo turístico sostenible debe realizar esfuerzos significativos para contribuir a las comunidades locales equilibrando y supervisando los efectos sociales del turismo, especialmente en la calidad de vida de los anfitriones, en la distribución de los beneficios, en los sistemas de soporte vital y en la preservación cultural (UNEP & UNWTO, 2005).

En lo que sigue recopilaré algunos datos de interés y de libre acceso respecto a los siguientes componentes de la sostenibilidad social aplicada al turismo: equidad, justicia social, bienestar y calidad de vida, y gobernanza.

## 2. Equidad

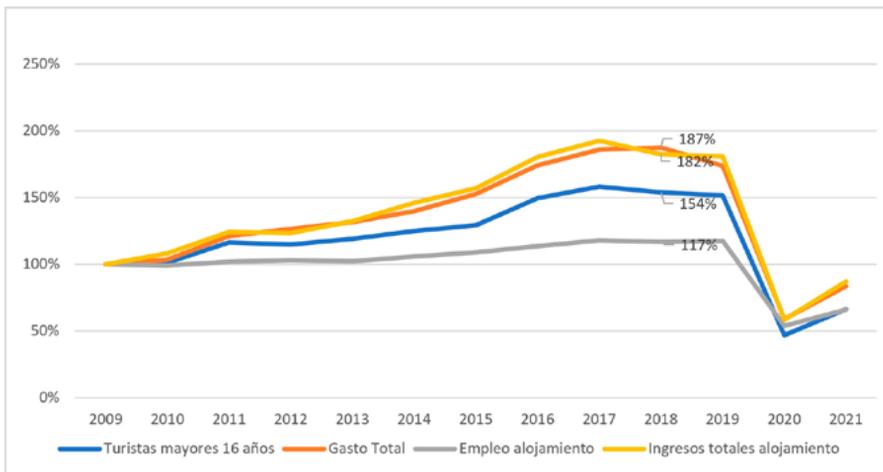
Parece casi obvio señalar que el turismo realiza una contribución decisiva a la calidad de vida de la sociedad canaria a través de su impacto económico. La idea de que «el turismo es nuestra principal fuente de riqueza y empleo», que raramente falta en ningún discurso de los representantes públicos o privados del sector, está ampliamente confirmada por las estadísticas macroeconómicas. Sin embargo, si hemos de afrontar la cuestión de la *equidad*, no podemos conformarnos con crear riqueza y empleo, sino que debemos volver a la vieja cuestión marxista de cómo se reparte entre capital y trabajo el resultado de la actividad económica.

Los datos al respecto no son nada halagüeños: según la Cuenta Satélite del Turismo que elabora el INE, en España solo el 23,9 % del VAB de las industrias turísticas se dedicó en 2018 a la remuneración de los asalariados, mientras que en las otras industrias esta cifra llegó al 57,5 % (INE, 2022a). Está ampliamente extendida la idea de que el turismo es una actividad que hace un uso intensivo de trabajo poco cualificado y poco remunerado. El análisis de Acevedo Blanco y Martínez Quintana (2021) sobre la Encuesta de Estructura Salarial confirma empíricamente esta percepción, con la hostelería como sector CNAE con el salario por hora más bajo de toda la economía española, 8,65 €.

Ambos datos se refieren al conjunto de la industria turística española, no contándose con datos de Canarias que tengan el mismo rigor metodológico y precisión. Sin embargo, algunos indicadores permiten colegir que la situación del archipiélago sea peor. Así, la ganancia salarial por hora de trabajo en el sector servicios en Canarias se ha mantenido entre 2008 y 2020 sistemáticamente por debajo de la española, con cierta tendencia a distanciarse (INE, 2018).

El comportamiento que indican los macroindicadores turísticos para el conjunto del archipiélago con posterioridad a la crisis de 2008 muestra un rasgo preocupante del funcionamiento del motor económico canario. Parece claro que el periodo 2009-2018 fue excepcional para el turismo en las islas, con un crecimiento de la demanda (llegada de turistas) del 54 %. Este cuarto boom del turismo en Canarias se caracterizó por una mejora aún más importante del gasto de los turistas, que creció un 87 %, de forma que, a diferencia de lo ocurrido en anteriores periodos de crecimiento, el aumento en la demanda no ha venido acompañado de una reducción de los precios. Más aún, si tenemos en cuenta que los ingresos del alojamiento han crecido casi a la par que el gasto total (82 %), también hay que descartar que se haya producido un desplazamiento en la cadena de valor por el cual los turistas paguen más, pero los alojamientos cobren menos. Pero lo relevante aquí es que, descartadas ambas cuestiones, nos encontramos que, durante este periodo de excepcional bonanza, el empleo generado por los alojamientos solo ha crecido un 17 %, de forma que, si en 2009 por cada 10.000 € que ingresaban los alojamientos canarios se creaban 2,87 empleos, en 2018 esta cifra había caído a 1,84 empleos. No es la forma más ortodoxa de medir la productividad, pero el dato habla a las claras de que el problema del empleo turístico canario no es ese. Más aún, cerrando este aspecto crucial de la sostenibilidad social, cabe plantear que si bien es cierto el mantra de que el turismo canario crea riqueza y empleo, también lo es que crea más de una que del otro.

**Gráfico 1.** Macroindicadores del turismo en Canarias (2009 = 100 %)



Fuente: Elaboración propia a partir de ISTAC, 2022b e ISTAC, 2022c

Ya hemos visto que en el reparto de la riqueza turística entre capital y trabajo no se detecta una tendencia hacia una mayor equidad, veamos ahora algunos datos sobre el reparto del trabajo turístico. Volviendo al análisis de Acevedo Blanco y Martínez Quintana (2021), encontramos que la remuneración del empleo turístico, tal y como lo caracteriza la encuesta de estructura salarial del INE, presenta en España una clara segmentación por sexo y edad, de forma que se registran salarios significativamente inferiores entre las mujeres y entre los trabajadores más jóvenes. Hablamos de casi 130 € de diferencia en el salario mensual en el grupo de edad de 20 a 29 años (833,26 € las mujeres frente a 962,41 € los hombres) que se amplía a algo más de 400 € mensuales en el grupo de 50 a 59 años (1.047,08 € frente a 1.455,83 €). No cabe hablar de equidad si las mujeres en el sector acceden a empleos sistemáticamente peor remunerados que los hombres o si los jóvenes, presumiblemente mejor formados que las generaciones precedentes, acceden a empleos peor remunerados en tanto no acumulen experiencia.

Además, esto puede erosionar la propia sostenibilidad económica de la industria turística, al dificultar la captación de nuevos recursos humanos. A la hora de captar gente que decida dedicar tiempo y recursos para entrar en el mercado laboral de un determinado ámbito productivo (por ejemplo, obteniendo un título de formación profesional o un grado universitario en las distintas ramas o disciplinas), la industria turística transmite la idea de que dicho esfuerzo deberá esperar décadas de trayectoria profesional para traducirse en una remuneración suficiente y que, en el caso de las mujeres (la mitad de la población y cada vez más presentes en los estudios postsecundarios) esto tampoco será suficiente para reducir la diferencia con los hombres. La preocupación porque «la gente no quiere trabajar en el turismo» no se oía en nuestro país desde antes de la crisis de 2008 pero, al igual que entonces, no se trata de un cambio de actitudes de «la gente», sino de un cambio en las oportunidades del mercado laboral. Pero si la renovación del capital humano de la industria turística depende de que una parte importante de su fuerza de trabajo no tenga alternativa a las condiciones que se le ofrecen, difícilmente podemos hablar de sostenibilidad.

### 3. Calidad de vida

Una cuestión adicional es si el impulso económico que trae la actividad turística tiene un efecto apreciable en la calidad de vida de la población más allá del que se deriva del empleo turístico. La calidad de vida es un concepto complejo y multidimensional, que incluye tanto elementos objetivos (ingresos, acceso a

recursos y servicios básicos, seguridad frente a riesgos de diverso tipo) como subjetivos (expectativas, percepciones, actitudes y valores). Me ceñiré a un indicador clave dentro de este constructo, la tasa de riesgo de pobreza o exclusión social, ya que es posible obtenerla con una metodología uniforme para el conjunto del Estado, Canarias, las distintas islas y distintas zonas dentro de las de mayor tamaño.

Atendiendo a la comparación entre Canarias y España durante el periodo 2008-2021 (INE, 2022b), es posible ver que la tasa canaria de riesgo de pobreza se ha situado al menos cinco puntos por encima de la española, moviéndose a lo largo del periodo en la franja entre el 35 % (en 2008, 2013 y 2019) y el 45 % (en 2016), mientras que en España se movió durante esos años entre el 23,8 % (2008) y el 29,2 % (2014). Nada más lejos que afirmar que el turismo sea el responsable de estas preocupantes cifras de pobreza —como se argumentará a continuación— pero sí es necesario apuntar que estas cifras parecen ser poco o nada sensibles al ciclo turístico, de forma que uno de los mejores periodos de la historia del turismo canario no parece haber inducido efectos apreciables en la calidad de vida de la población con menores recursos.

Si se atiende a lo que ocurre con la pobreza en las distintas islas y en el interior de las de mayor tamaño (ISTAC, 2022a), encontramos que las cifras más altas del indicador de riesgo de exclusión se encuentran en el norte de Gran Canaria (40,6 %), el norte de Tenerife (39,9 %) y en las islas de Fuerteventura (37,3 %) y La Palma (35,9 %), mientras que las más bajas se registran en Lanzarote (27,3 %), el sur de Tenerife (29,1 %) y el Área Metropolitana de Gran Canaria (30,8 %). El único patrón claro en relación con el turismo es que tanto en Tenerife como en Gran Canaria, las áreas del sur donde se concentra la actividad turística tienen bastante menos pobreza que las áreas del norte, donde esta tiene menor presencia. Aparte de esto, el nivel de desarrollo turístico de las distintas islas no parece guardar mucha relación con la pobreza. Las dos islas con mayor presión turística<sup>1</sup>, Lanzarote y Fuerteventura, presentan respectivamente las tasas más bajas y más altas de pobreza. Entre las islas verdes, La Palma, isla con mayor afluencia, tiene mayor tasa (35,9 %) que las otras dos (31,8 % y 30,3 %). Cabría concluir aquí que, aunque el turismo (o más bien el modelo de oferta turística y las oportunidades laborales derivadas) en cada isla forma parte de la ecuación, la pobreza y la exclusión social tienen causas complejas en las que lo económico interactúa con multitud de factores demográficos, sociales, culturales y políticos.

---

1 En términos de la ratio entre la población turística equivalente y la población residente.

## 4. El problema demográfico

La Agenda 2030 es clara a la hora de establecer límites al crecimiento económico para evitar el deterioro ambiental, pero al mismo tiempo considera que es necesario promoverlo para erradicar la pobreza y conseguir un trabajo decente para todos. De igual forma, el crecimiento demográfico aparece más como un condicionante al que la Agenda busca respuesta, fiándose el equilibrio global en las tendencias demográficas a la extensión de la libertad de elección reproductiva. No se trata de fijar un tamaño de población ideal hacia el que orientar las políticas, sino de incorporar las previsiones demográficas como elemento central del reto de conseguir un desarrollo productivo que satisfaga equitativamente las necesidades de una población cambiante (creciente a nivel global) sin afectar al medio natural (Herrmann, 2022).

La posición de Canarias en el complejo puzzle demográfico global es singular. Por su dinámica interna y sus índices de fecundidad se sitúa en el lado del mundo con saldos vegetativos negativos y tendencia al envejecimiento, una situación cada vez más insostenible a la hora de garantizar unos mínimos a su población. Sin embargo, tras siglos de emigración, las islas se han convertido en un polo de atracción de emigrantes, dando lugar a un crecimiento poblacional muy importante. En lo que llevamos de siglo, la población canaria ha crecido un 27 %, pasando de 1,7 millones de habitantes en 2000 a 2,2 millones en 2021 (ISTAC, 2022e). No solo se trata de un crecimiento elevado si lo comparamos, por ejemplo, con el nacional (17 %) (INE, 2022c), sino que debemos tener en cuenta que se produce tras un prolongado periodo de intenso crecimiento vegetativo desde los 966.177 habitantes de 1960 a 1,4 millones en 1981 (41 %) y 1,7 millones en 2001 (23 %) (ISTAC, 2022d). Lo novedoso del crecimiento ocurrido en las últimas décadas es que se debe fundamentalmente a la llegada de población foránea, mayormente extranjera. En el mismo periodo 2000-2021 la población extranjera se ha multiplicado por 3,7, pasando del 4,5 % al 13,3 % de la población canaria.

Tanto el crecimiento poblacional como la llegada de extranjeros están claramente relacionados con el desarrollo turístico. A nivel insular, los crecimientos poblacionales más abultados se producen en las islas en las que más ha crecido la oferta, con Fuerteventura próxima a duplicar su población y Lanzarote con un crecimiento del 62 %. En contraste Tenerife (31 %) y Gran Canaria (15 %) crecen a un ritmo elevado pero menor, mientras que en las islas verdes crece mucho El Hierro (32 %), bastante La Gomera (19 %) y La Palma se mantiene

prácticamente igual (1 %). La relación se acentúa si atendemos al incremento de la población extranjera, que se ha multiplicado por 8,7 en Fuerteventura, por 4,6 en Lanzarote, casi por 4 en Tenerife y por 2,8 en Gran Canaria. Entre las islas verdes, en La Gomera se ha multiplicado por 2,7, en El Hierro por 2,1 y en La Palma por 1,8. Téngase en cuenta que en esta última isla la población habría entrado en retroceso de no ser por la llegada de extranjeros.

Para ilustrar más claramente este argumento se puede atender a lo que ocurre en el interior de la isla de Tenerife. Recordemos que la población de la isla ha experimentado un crecimiento acumulado del 131 %, mientras los extranjeros lo hacían un 398 %. Pero el crecimiento ha sido bastante reducido en el Área Metropolitana (109 %), mientras que en la comarca del Suroeste se alcanza el 216 % y, dentro de ella, el municipio de Adeje llega al 348 %. Los extranjeros han crecido ligeramente por debajo de la media insular en el Área Metropolitana (388 %), se disparan en la comarca del Suroeste (508 %) y llegan a un valor extremo en Adeje (954 %), donde ya suponen más de la mitad de la población residente.

Resulta tentador plantear esta relación como una consecuencia no deseada del éxito turístico de Canarias: los turistas que nos visitan están tan satisfechos con nuestro producto que, en lugar de alquilar la experiencia de una estancia en las islas han decidido comprarla. El flujo migratorio que estamos recibiendo tiene una composición muy heterogénea en cuanto a procedencia, edad y trayectoria vital, lo que hace que los relatos que protagonizan el debate público (el paraíso de los jubilados europeos, la puerta de entrada irregular de los jóvenes de países en desarrollo que acceden a trabajos no cualificados) contribuyan poco a entender la cuestión. Sabemos que la mayor parte de los inmigrantes son de origen europeo o latinoamericano, que llegan de forma regular y que muchos de ellos están aún en edad activa. Aunque los motivos económicos y la presencia de una red de acogida (familiares, conocidos, organizaciones públicas o privadas) puedan ser determinantes para una parte de ellos, en la mayoría de los casos se incorpora en mayor o menor medida un componente de opción por un estilo de vida (*lifestyle migration*) (Mazón et al., 2009) en el que junto a los jubilados podemos encontrar teletrabajadores o nómadas digitales pero también profesionales y emprendedores que deciden trasladarse a las islas. Se trata de un aspecto sobre el que es urgente más investigación, ya que de cara a la integración de este colectivo es crucial entender el papel que juega el movimiento migratorio en sus trayectorias vitales.

Por otra parte, habría que señalar los mecanismos que, desde el lado de la oferta, han impulsado este proceso. Resulta sorprendente que la alarma por el crecimiento demográfico y el flujo migratorio coincida frecuentemente con la defensa de un modelo de desarrollo turístico en el que la construcción residencial juega un papel clave en la financiación y rentabilización de las promociones turísticas. Se trata de un modelo que ha dado lugar a *resorts* turísticos de singular atractivo, como prueba el éxito ya apuntado. Pero estos espacios turísticos han devenido, merced a la incorporación de áreas y usos residenciales, en ciudad, una red de espacios funcionalmente especializados en los que habita, consume y produce la población, dando lugar a una trama de flujos interconectados. Durante demasiado tiempo, el desarrollo de esta trama se orientó primariamente por la búsqueda de rentabilidad a corto plazo de los inversores y, secundariamente, por las necesidades y expectativas de los turistas que iban a habitarla. Los estándares y requisitos de habitabilidad propios de los espacios urbanos residenciales se segregaban de los espacios turísticos, pero lo cierto es que, hoy por hoy, en la mayor parte de los municipios turísticos canarios encontramos procesos de residencialización a los que es preciso dar respuesta (Simancas Cruz & Mañoso Valderrama, 2016). El objetivo de las ciudades sostenibles, crear espacios en los que puedan desarrollarse los estilos de vida sostenibles que reclama la Agenda, encarna la dimensión espacial de la sostenibilidad social.

## 5. Participación y apoyo al turismo

Convencionalmente, se considera el apoyo de la población a la actividad turística y su desarrollo como un indicador fundamental de la sostenibilidad social del turismo. Esto resulta claro en sentido negativo: difícilmente podrá prosperar la actividad turística en un territorio si su población ve el turismo como una intrusión externa que les arrebatara recursos valiosos, se siente excluida de las oportunidades laborales y empresariales que genera el flujo turístico o considera a los turistas personas irrespetuosas, insensatas o inmerecedoras de un trato honesto. La corriente teórica principal modeliza la actitud de los residentes hacia el turismo como resultado de un intercambio social entre los beneficios y los costes *percibidos* de la actividad (Ap, 1992; Ap & Crompton, 1998). A mi juicio, lo relevante de este enfoque es que pone de manifiesto que, independientemente de los impactos objetivos que tenga el turismo en un territorio, la actitud de la población estará mediada por su exposición a dichos impactos, su visibilidad y la sensibilidad o concienciación sobre los distintos recursos colectivos en riesgo. Es decir, la población de un territorio puede ser favorable

a un modelo turístico ambientalmente nocivo y socialmente empobrecedor si no se ve directamente afectada por los costes, estos no se visibilizan en el debate público o se valora más el crecimiento económico que la equidad social o el equilibrio ambiental. Se ha planteado el término *sobrelegitimación* del desarrollo turístico para describir esta situación en algunas regiones y destinos turísticos españoles (Mantecón, 2012).

Los datos disponibles para Canarias (ISTAC, 2019) no permiten un tratamiento detallado, pero apuntan a un amplio reconocimiento por parte de la población de los beneficios del turismo (el 76 % está bastante o muy de acuerdo con que el turismo ha sido muy beneficioso para su isla y sus habitantes) y el apoyo a su potenciación (un 80,5 % está de acuerdo con que se debe seguir potenciando el turismo como uno de los motores básicos de la economía de su isla). Existen diferencias entre islas, aunque no muy abultadas: la isla en la que hay menor acuerdo con que el turismo haya sido beneficioso es La Palma (73 %) que se sitúa a menos de diez puntos de las que registran mayor acuerdo (Lanzarote y Fuerteventura, 82 %). Con respecto a la potenciación futura del turismo, las diferencias son aun menores, siendo los residentes en Tenerife los que muestran menor grado de acuerdo (81,8 %) y los de Fuerteventura los que más la apoyan (89,1 %). Como se puede apreciar, en ninguna de las islas el porcentaje de la población crítica (o al menos no favorable) con el turismo alcanza al 25 %.

No obstante, esto no implica que la población no sea capaz de reconocer impactos negativos derivados del turismo o de posicionarse críticamente frente a determinadas formas o modelos de desarrollo turístico. Los datos que se acaban de citar provienen de un estudio que se centra en las percepciones sobre la vivienda vacacional, que recibe un grado de apoyo sustancialmente menor por parte de la sociedad canaria: solo un 37 % está de acuerdo con que deba potenciarse más esta modalidad de alojamiento, mientras que el 40,3 % está en desacuerdo con esta afirmación. Pero hay variaciones importantes por islas: el rechazo a la vivienda vacacional alcanza el 50 % en Lanzarote (52,7 %) y Fuerteventura (49,3 %), mientras que no llega al 30 % en ninguna de las islas verdes.

## 6. Conclusiones. Alcanzar los objetivos de la Agenda

Hay varias vías para avanzar hacia la sostenibilidad social del turismo en las islas, aunque todas tienen costes políticos que hacen difícil alcanzar los necesarios consensos sobre su implantación. Respecto a la equidad, sabemos que el valor añadido bruto de la industria se reparte entre salarios, impuestos

y remuneraciones del capital, por tanto, la redistribución de la riqueza turística puede actuar sobre los distintos componentes de la ecuación:

En primer lugar, sobre el total de riqueza generada, aumentando el valor añadido de los productos ofertados incluyendo nuevos eslabones a la cadena de valor, a ser posible actividades que requieran trabajo cualificado y se asienten en nuestro territorio. En segundo lugar, actuando sobre los impuestos de la industria, no tanto (o no solo) a través de las tan populares tasas turísticas, sino también aumentando la eficacia de la recaudación, ya sea buscando vías para que las partes de la cadena que no tributan en nuestro territorio lo hagan o desarrollando vías más sofisticadas para erradicar la evasión y el fraude fiscal. Esto debería ir acompañado de un incremento de la eficacia redistributiva del gasto público en las islas, aunque no es posible tratar aquí esta cuestión. Por último, es urgente un reajuste o reequilibrio de las relaciones laborales en el sector, vía renegociación de convenios colectivos, de forma que se dignifiquen las condiciones salariales y de trabajo en los empleos de base que, normalmente, suelen recaer en colectivos vulnerables y desaparezca de la industria la figura del *trabajador pobre* que, demasiado frecuentemente, suele ser mujer, joven y/o inmigrante.

Mucho más compleja, si cabe, es la cuestión de la relación entre el turismo y el crecimiento demográfico. Se ha planteado que, al menos en parte, el *modus operandi* del desarrollo turístico en Canarias activa el flujo migratorio que recibimos. La posición de la Agenda al respecto remarca una idea clara: no hay un tamaño «adecuado» de la población, sino que hay que prever medidas para garantizar de forma ambientalmente sostenible una vida digna a la población previsible. En ese sentido, en Canarias tendríamos que abandonar los brindis al sol populistas de medidas que son imposibles (ley de residencia, restringir la venta de viviendas a extranjeros) y empezar a trabajar en una respuesta al crecimiento poblacional que mitigue sus consecuencias más perniciosas. En primer lugar, actuando a todos los niveles sobre el mercado de la vivienda, desactivando los incentivos y vías jurídicas que llevan a su distorsión al desviar la oferta hacia la construcción de nuevas viviendas en áreas turísticas inaccesibles a la población residente. En segundo lugar, impulsando la oferta de vivienda social en áreas bien dotadas, no necesariamente segregadas de los polos de actividad turística y económica, que faciliten una movilidad sostenible y mayores sinergias en el uso de recursos, servicios y espacios públicos por parte de turistas y residentes.

Para finalizar, todo esto nos lleva a la cuestión de los límites al crecimiento turístico. El problema es que, desde el punto de vista social (otra cosa es lo ambiental) no es posible, ni deseable, una respuesta uniforme para todo el archipiélago, porque las situaciones difieren considerablemente entre las islas. Unas se declaran turísticamente saturadas, mientras que otras con una presión turística similar aún prevén levantar decenas de enclaves turísticos y miles de plazas (con sus viviendas y villas turísticas correspondientes), al tiempo que otras no alcanzan una escala suficiente para mantenerse en el mercado turístico. En el marco actual cada isla puede modular su desarrollo turístico de acuerdo con sus necesidades, posibilidades y prioridades a través de sus competencias en planificación. Se ha señalado que la población canaria es perfectamente capaz de discernir si un modelo turístico les afecta o no, por tanto, habría que encontrar la manera de que los distintos actores afectados tengan una participación efectiva en los procesos decisorios y en los resultados tangibles de dichos procesos, que estos incorporen líneas rojas derivadas de los objetivos de la Agenda (por ejemplo, se puede aumentar el número de turistas siempre que no aumente la huella de carbono) y que su despliegue sea más ágil, estando sometido a monitorización y evaluación constante.

## Referencias bibliográficas

Acevedo-Blanco, A. J., & Martínez-Quintana, V. (2021). Hacia una explotación de la encuesta de estructura salarial en hostelería desde el análisis exploratorio de datos con aplicación a la brecha salarial de género. *Atlántida. Revista Canaria De Ciencias Sociales*, 12, 101-129. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/26503>

Ap, J. (1992). Resident's perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665-690.

Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and Testing a Tourism Impact Scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.

Eizenberg, E., & Jabareen, Y. (2017). Social Sustainability: A New Conceptual Framework. *Sustainability*, 9(1). <https://doi.org/10.3390/su9010068>

Herrmann, M. (11 de julio de 2022). *¿Qué va a pasar cuando la población mundial pronto alcance los 8.000 millones?* Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/cr/%C3%B3nica-onu/global-population-will-soon-reach-8-billion%E2%80%94then-what>

INE. (2018). *Encuesta cuatrienal de estructura salarial*. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177025&menu=resultados&idp=1254735976596#!tabs-1254736195109](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177025&menu=resultados&idp=1254735976596#!tabs-1254736195109)

INE. (2022a). *Cuenta satélite del turismo de España*. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

- INE. (2022b). *Encuesta de Condiciones de Vida*.  
[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176807&menu=ultiDatos&idp=1254735976608](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176807&menu=ultiDatos&idp=1254735976608)
- INE. (2022c). *Estadística del Padrón continuo. Resultados*.  
[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177012&menu=ultiDatos&idp=1254734710990](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177012&menu=ultiDatos&idp=1254734710990)
- ISTAC. (2019). *Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica (ECOSOC). Vivienda Vacacional 2019*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/jaxi-istac/menu.do?uripub=urn:uuid:8d47bacb-a479-4259-8a19-a5fa9e883203>
- ISTAC. (2022a). *Encuesta de ingresos y condiciones de vida de los hogares canarios (EICV-HC)*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/sociedad/Calidaddevida/Condicionesdevida/C00034B.html>
- ISTAC. (2022b). *Encuesta sobre el Gasto Turístico: Resultados trimestrales del gasto turístico*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/sectorservicios/hosteleriayturismo/demanda/C00028A.html>
- ISTAC. (2022c). *Encuestas de Alojamiento Turístico*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/sectorservicios/hosteleriayturismo/oferta/C00065A.html>
- ISTAC. (2022d). *Estadística de la Evolución Histórica de la Población*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/demografia/poblacion/cifras censales/C00025A.html>
- ISTAC. (2022e). *Explotación Estadística del Padrón Municipal*.  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/demografia/poblacion/cifraspadronales/E30260A.html>
- Mantecón, A. (2012). El nexo entre urbanización y turismo: análisis de la opinión pública. *Papers. Revista De Sociología*, 97(1), 249-272.  
<http://hdl.handle.net/10045/20505>
- Mazón, T., Huete, R., & Mantecón, A. (2009). *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial*. Icaria.
- ONU. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, Resolución A/RES/70/1, de 25 de septiembre de 2015.  
<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/93/PDF/N1529193.pdf?OpenElement>
- Simancas-Cruz, M., & Mañoso-Valderrama, J. (2016). *La residencialización de las áreas turísticas de Canarias*. Promotur Turismo Canarias.
- United Nations Environmental Programme (UNEP) & United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*.





