

Cuadernos de la Cátedra  
CaixaBank de Sostenibilidad  
e Impacto Social

Nº 52  
Febrero del 2022

# Turismo sostenible

Bases para la recuperación  
del sector turístico desde la  
cultura de la sostenibilidad

**Javier Pardo Torregrosa**

**Joan Fontrodona**

# Turismo sostenible

Bases para la recuperación del sector turístico  
desde la cultura de la sostenibilidad

**Javier Pardo Torregrosa**

Asistente de investigación

**Joan Fontrodona**

Profesor de Ética Empresarial y Análisis de Situaciones de Negocio y  
titular de la Cátedra CaixaBank de Sostenibilidad e Impacto Social

**Edición:** Caja Alta Edición & Comunicación ([www.cajaalta.es](http://www.cajaalta.es))

---

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓN   | 04 |
| 2. RECORRIDO HISTÓRICO  | 07 |
| 2.1 CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE (1995)                                   | 07 |
| 2.2 CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO (1999)                           | 08 |
| 2.3 CARTA MUNDIAL DEL TURISMO SOSTENIBLE +20 (2015)                       | 09 |
| 2.4 AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO (2017)    | 10 |
| 2.5 CONVENCIÓN MARCO SOBRE ÉTICA DEL TURISMO (2017)                       | 11 |
| 2.6 VISIÓN ONE PLANET PARA UNA RECUPERACIÓN RESPONSABLE DEL SECTOR (2020) | 11 |
| 3. DIMENSIONES DEL TURISMO SOSTENIBLE                                     | 13 |
| 3.1 SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA  | 13 |
| 3.2 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL   | 15 |
| 3.3 SOSTENIBILIDAD SOCIOCULTURAL  | 17 |
| 3.4 SOSTENIBILIDAD EN MATERIA DE GOBERNANZA, PAZ Y DERECHOS HUMANOS       | 20 |
| 4. DESAFÍOS ACTUALES  | 23 |
| 4.1 EL TURISMO SOSTENIBLE Y LA AGENDA 2030                                | 23 |
| 4.2 EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO SOSTENIBLE                    | 24 |
| 5. CONCLUSIONES   | 27 |
| BIBLIOGRAFÍA  | 29 |

**(...) la Organización Mundial del Turismo (OMT) (...) ha hecho varios llamamientos a restablecer la actividad del turismo sobre fundamentos más sostenibles.**

**(...) el presente estudio pretende abordar el concepto de turismo sostenible, describir sus principales características y exponer las razones de su contribución al proceso de recuperación del sector (...)**

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha erigido, en las últimas décadas, como una de las principales actividades de la economía mundial. Sin embargo, la pandemia de la COVID-19 ha sido devastadora para el sector, que ha quedado seriamente afectado. El turismo ha pasado de representar el 10,4% del producto interior bruto (PIB) global y el 10,6% del empleo de la economía mundial en el año 2019 al 5,5% del PIB en el 2020, experimentando pérdidas económicas cifradas en 4,5 trillones de dólares y la destrucción de más de 62 millones de empleos. Los datos en España, uno de los principales destinos turísticos, han sido aún más dramáticos, pues el sector de los viajes y el turismo ha caído del 14,10% del PIB en el 2019 al 5,9% en el 2020 (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2021). Aunque se espera que el 2021 finalice con mejores datos, parece que aún estaríamos lejos de alcanzar cifras similares a las de los años anteriores a la pandemia.

En este contexto, la Organización Mundial del Turismo (OMT) —organismo perteneciente a las Naciones Unidas, con sede en Madrid— ha hecho varios llamamientos a restablecer la actividad del turismo sobre fundamentos más sostenibles (OMT, 2020a). Así pues, en sintonía con la OMT, y teniendo en cuenta la delicada situación que atraviesa este sector, el presente estudio pretende abordar el concepto de *turismo sostenible*, describir sus principales características y exponer las razones de su contribución al proceso de recuperación del sector, además de reflexionar sobre algunos de los desafíos a los que se enfrenta en la actualidad.

El concepto de *sostenibilidad* —que ya ha sido tratado en cuadernos anteriores de la Cátedra (Marín García, 2019; Remacha, 2017)— irrumpió con fuerza en la esfera política y social en la década de los 80, de la mano del *Informe Brundtland (Informe Brundtland, 1987)* como una cuestión principalmente medioambiental. La sostenibilidad consistía en “satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras”, es decir, implicaba un compromiso con las generaciones futuras para mejorar la gestión de los recursos.

La idea de desarrollo sostenible pronto fue incorporando elementos económicos y socioculturales, ampliando así ese compromiso con las próximas generaciones de trabajar por una sostenibilidad integral, que reconoce la necesidad de avanzar en estas tres dimensiones interdependientes: la medioambiental, la económica y la social (Artaraz, 2002). De esta manera quedó plasmado en la Declaración de Johannesburgo sobre el Desarrollo Sostenible en el año 2002: “Asumimos la responsabilidad colectiva de promover y fortalecer, en los planos local, nacional, regional y mundial, el desarrollo económico, desarrollo social y la protección ambiental, pilares interdependientes y sinérgicos del desarrollo sostenible”. Ya con posterioridad, y en un sentido similar, la resolución de la AGNU, que aprobó en el 2015 la Agenda 2030 con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), estableció la importancia de estas tres dimensiones: “Los Objetivos y las metas son de carácter integrado e indivisible y conjugan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental” (AGNU, 2015).

Retomemos la cuestión del turismo, la celebración de la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992 impulsó a su vez la realización de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en Lanzarote en el año 1995, en la que, por vez primera, quedó ligada la suerte del turismo a la sostenibilidad. En aquella ocasión, anticipándose a la Declaración de Johannesburgo, se fijaron ya de forma bien definida las tres dimensiones en las que la industria turística debía trabajar para alcanzar una mayor sostenibilidad.

Actualmente, la OMT define en su página web el turismo sostenible como aquel “modelo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. Sostiene, además, que estas directrices se “aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos” y que “los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo” (OMT, 2021a).

En el plano académico, se han planteado algunas críticas a esta concepción holística de la sostenibilidad. Algunos autores consideran que la versión oficial, avalada por la OMT, antepone el crecimiento económico a los aspectos socioculturales y medioambientales (Mihalic, 2020); otros consideran que la sostenibilidad debe priorizar la cuestión ecológica (Sørensen y Bærenholdt, 2020); e, incluso, algún otro autor ha llegado a plantear que todo tipo de turismo es, en cierta medida, insostenible, por lo que resulta necesario dejar atrás la sostenibilidad y avanzar hacia la resiliencia, estableciendo reducciones, límites y prohibiciones en los lugares de destino (Butler, 2018). Estas diferencias han trascendido el ámbito académico para reflejarse también en el debate institucional o empresarial y en la sociedad civil. En este sentido, los compromisos adoptados por el sector en los últimos años están incorporando algunas aportaciones a las críticas mencionadas. Si bien existe bastante consenso entre los principales actores (la OMT, los Gobiernos, la industria turística y las asociaciones del sector) en abordar la sostenibilidad del turismo desde esta perspectiva más compleja e integral (Abeal Vázquez, Tirado-Valencia y Ruiz-Lozano, 2021), se acepta que, en cada caso concreto, se deba estudiar qué dimensión ha de tener mayor importancia, cuáles serían las medidas de actuación a implementar o, incluso, si llegado el caso se debería recurrir a medidas más drásticas en aquellos supuestos en los que ya no sea posible mantener una elevada carga turística.

Las motivaciones que hay en el trasfondo de la sostenibilidad turística son muy variadas. También la ética vendría a ser una razón que justificase una actitud responsable ante la sostenibilidad. Estos tres aspectos (ética, sostenibilidad y responsabilidad), aunque relacionados, pueden servir para describir tres niveles distintos. Mientras la **ética del turismo** se encarga de reconocer los principios generales a los que debe responder dicha actividad (tal como veremos más adelante), el **turismo sostenible** trataría de llevar a la práctica esos mismos principios en las distintas situaciones concretas, para minimizar posibles daños y rentabilizar los beneficios, con el horizonte temporal de entregar un mundo mejor a las próximas generaciones. Por último, el concepto de **turismo responsable** haría referencia a la actitud de los distintos actores implicados (los Gobiernos y las empresas, pero también los turistas) para trabajar en favor de la sostenibilidad y de acuerdo con los principios éticos que deben guiar la actividad turística.

La actividad turística puede generar de forma intrínseca grandes avances en materia de sostenibilidad: ser una fuente de crecimiento económico y creación de empleo, facilitar los medios para el cuidado de los recursos naturales y culturales o potencia el entendimiento y la amistad entre los pueblos. Sin embargo, el turismo también puede contribuir al aumento de la contaminación, provocar la erosión de ecosistemas frágiles y la degradación del entorno natural o del patrimonio cultural, ejercer una presión turística no asumible por las comunidades locales o crear situaciones de vulnerabilidad y precariedad social. Así pues, resulta imprescindible que el turismo siempre tenga en cuenta el factor de la sostenibilidad, a fin de potenciar y maximizar los efectos favorables, e intentar eliminar, o al menos reducir todo lo posible, las consecuencias negativas de su actividad (OMT, 2006).

**Mientras la ética del turismo se encarga de reconocer los principios generales a los que debe responder dicha actividad (...)**

**(...) el turismo sostenible trataría de llevar a la práctica esos mismos principios en las distintas situaciones concretas (...)**

El éxito en la implementación del turismo sostenible exige la responsabilidad de los distintos *stakeholders* implicados, la colaboración entre ellos, y el intercambio de experiencias y conocimientos. Por una parte, es imprescindible un fuerte liderazgo político y la intervención de los Gobiernos, pues la sostenibilidad guarda una especial relación con determinados asuntos de responsabilidad pública, y los Ejecutivos poseen instrumentos regulatorios y financieros muy eficaces para impulsar la sostenibilidad (OMT, 2006). Por tanto, las Administraciones públicas de los destinos turísticos tienen la misión de potenciar políticas públicas que respondan a los principios de sostenibilidad e involucrar en dicha tarea a los ciudadanos de las comunidades locales (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019).

Por otra parte, las empresas —motor económico del sector y punto de conexión con los turistas— deben moldear una oferta de servicios, experiencias y bienes que estén en sintonía con los parámetros y planes de sostenibilidad adaptados a la situación concreta de las comunidades locales donde operan. Para ello, es conveniente que muestren su interés por dialogar con los Gobiernos y con la sociedad civil (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019). El diseño de los planes de sostenibilidad de las comunidades locales tiene que abordarse desde una perspectiva global que tome en consideración la amplia variedad de sectores que forman parte de la cadena de valor económico del turismo (OMT, 2013). Por citar algunos: la organización de viajes y de reservas; la hostelería y la restauración; el transporte y las infraestructuras; los activos turísticos en los destinos (patrimonio histórico, museos, parques naturales, etc.); el ocio, las visitas y excursiones; los eventos, los congresos y ferias; la artesanía; o los servicios de apoyo.

Finalmente, es necesario acercar la cultura de la sostenibilidad a los turistas, como consumidores finales, y hacerlos partícipes del compromiso con sus distintas dimensiones (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019). Un informe elaborado por Booking.com (2021) pone de manifiesto que la pandemia ha contribuido a generar una mayor conciencia y responsabilidad entre los viajeros: un 56% de los encuestados en España afirma tener la intención de viajar de forma más sostenible en el futuro. Las prioridades de los encuestados se centran tanto en las cuestiones medioambientales (reciclaje, reducción de desperdicios, eliminación de plásticos o estar en contacto con la naturaleza) como en las socioeconómicas y las culturales (distribución equitativa, conservación del patrimonio cultural, experiencias con las comunidades o consumo de productos locales en pequeños comercios).

En los siguientes apartados, haremos, en primer lugar, un recorrido histórico en el que señalaremos los principales hitos que han establecido el marco conceptual y normativo del turismo sostenible. Desarrollaremos, después, el contenido del turismo sostenible en sus distintas dimensiones. Por último, apuntaremos los principales desafíos que las circunstancias actuales plantean de cara a alcanzar avances en materia de sostenibilidad en este sector.

**El éxito en la implementación del turismo sostenible exige la responsabilidad de los distintos *stakeholders* implicados, la colaboración entre ellos, y el intercambio de experiencias y conocimientos.**

**(...) las empresas (...) deben moldear una oferta de servicios, experiencias y bienes que estén en sintonía con los parámetros y planes de sostenibilidad (...)**

## 2. RECORRIDO HISTÓRICO

El crecimiento exponencial que experimentó el turismo en la segunda mitad del siglo XX fue visto como una fuente de grandes beneficios. No obstante, a partir de la década de los 80 se empezaron a considerar otros aspectos menos evidentes, pues además de generar ganancias para las economías locales y fomentar el intercambio cultural, podía comportar ciertos impactos negativos, como la pérdida de la identidad local, la desigualdad social o la degradación medioambiental. La sensibilidad hacia esas cuestiones hizo que, a partir de la década de los 90, el sector turístico empezase a establecer compromisos serios en favor de la sostenibilidad (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019).

### 2.1 CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE (1995)

**El desarrollo turístico (...) ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales” (Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995).**

El primer paso importante que dio la comunidad turística a nivel internacional tuvo lugar en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible celebrada en la isla de Lanzarote (España) en el año 1995, impulsada por la Unesco, la OMT y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), entre otros organismos internacionales. En esta conferencia se aprobó la Carta del Turismo Sostenible, en la cual se estableció la importancia de asegurar una sostenibilidad en tres dimensiones: “El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales” (Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995). La carta reclama una serie de acciones:

- Una evolución aceptable de la incidencia sobre los recursos naturales, la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y los residuos producidos.
- El uso de energías renovables.
- La protección del patrimonio histórico, de la identidad y de las tradiciones culturales de las comunidades locales.
- La contribución a la economía local, ofreciendo igualdad de oportunidades, una justa distribución de los ingresos y la mejora de la calidad de vida.
- El cuidado de las zonas vulnerables desde el punto de vista medioambiental o cultural.
- La diversificación de la oferta turística.

El documento también insta a la cooperación entre los distintos actores implicados, además de lanzar campañas de sensibilización para concienciar a los turistas y a las comunidades locales sobre la sostenibilidad turística. Al respecto, recomienda a los Gobiernos regionales y nacionales establecer planes de acción para un desarrollo sostenible aplicado a la actividad turística, y establece un Comité de Seguimiento de la Carta y de su Plan de Acción integrado por las instituciones y las agencias internacionales que componían el Comité Organizador de la Conferencia (Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995).

## 2.2 CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO (1999)

En 1999 se produjo un nuevo avance. La OMT aprobó el Código Ético Mundial para el Turismo, “un marco de referencia para el desarrollo responsable y sostenible del turismo mundial” (OMT, 2021a). El código fue elaborado tras un proceso de consulta en el que participaron organismos internacionales, Gobiernos, empresas y asociaciones del sector, y fue ratificado por la AGNU en el año 2001.

El código proclama la necesidad de contribuir, mediante la actividad turística, a la promoción de la paz, los derechos humanos y la amistad entre los pueblos; a la lucha contra la pobreza y el hambre; a la sostenibilidad medioambiental y ecológica; a la protección de la cultura y de las tradiciones de las comunidades locales; y a proteger los derechos de los turistas (AGNU, 2001):

- **La contribución del turismo al entendimiento y el respeto mutuos entre personas y sociedades.** Se reconocen los valores éticos comunes de la humanidad, el respeto y la tolerancia a las distintas creencias religiosas, filosóficas y morales como fundamento primero del turismo sostenible y responsable, reconociendo la riqueza de las tradiciones culturales y prácticas sociales de las distintas comunidades, y, en especial, de las minorías. El deber de los turistas de respetar y conocer las costumbres, tradiciones y formas de vida, y el entorno natural y cultural de los lugares que visitan, y el deber de las comunidades de ofrecer una acogida hospitalaria.
- **El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.** El turismo es una actividad privilegiada de desarrollo individual y comunitario. Debe promover los derechos humanos y la igualdad entre el hombre y la mujer, y proteger, ante todo, los derechos de las minorías y los más vulnerables. Los Estados deben cooperar y aunar esfuerzos en la lucha contra cualquier vulneración de los derechos humanos, y, en particular, contra la explotación sexual e infantil.
- **El turismo, factor de desarrollo sostenible (medioambiental).** Todos los agentes implicados en la actividad turística deberán salvaguardar el medioambiente y los recursos naturales, racionalizar aquellos escasos y valiosos, apostar por las energías renovables y distribuir la carga turística para la preservación del medio natural.
- **El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.** Las comunidades locales tienen encomendada la delicada tarea de cuidar, preservar y rehabilitar el patrimonio arqueológico, histórico, artístico o cultural; debe fomentarse el acceso al público, en la medida en que dicho patrimonio no sea dañado. Además, habrá de potenciarse el florecimiento de la producción cultural, artística y artesanal.
- **El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.** Las comunidades deben ser las principales beneficiadas del desarrollo económico: ha de buscarse un reparto equitativo de los beneficios culturales, económicos y sociales. El turismo tiene que fortalecer el tejido comercial local, la creación de empleo, el consumo de productos locales y la mejora en las condiciones de vida.
- **Las obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.** Los profesionales del turismo deben facilitar información transparente, objetiva y veraz sobre los lugares de destino y las condiciones de viaje, recepción y estancia. Han de velar por la seguridad, la protección sanitaria, la calidad y la higiene en la alimentación y el respeto por la libertad religiosa de los turistas y, por último, informar sobre los riesgos en los lugares de destino, especialmente en casos de crisis.

Se reconocen los valores éticos comunes de la humanidad, el respeto y la tolerancia a las distintas creencias religiosas, filosóficas y morales como fundamento primero del turismo sostenible y responsable (...)

Todos los agentes implicados en la actividad turística deberán salvaguardar el medioambiente y los recursos naturales (...)



**Se reconocen los derechos fundamentales de los autónomos y de los trabajadores por cuenta ajena, adecuando las políticas públicas a la estacionalidad, la dimensión global y la flexibilidad que supone el sector (...)**

- **El derecho al turismo.** Se reconoce el turismo como un derecho abierto por igual a todos los habitantes del planeta. Debe entenderse dentro del derecho fundamental al descanso y al ocio, y facilitar su ejercicio mediante los correspondientes derechos laborales. También se tendrá que trabajar para que el turismo sea inclusivo, permitiendo el acceso a personas mayores, enfermas o con minusvalías.
- **La libertad de desplazamiento turístico.** Con arreglo al derecho internacional, los visitantes y turistas tendrán derecho a circular libremente en el interior de sus países o de un Estado a otro, pudiendo utilizar todos los medios de transporte disponibles.
- **Los derechos de los trabajadores y de los empresarios.** Se reconocen los derechos fundamentales de los autónomos y de los trabajadores por cuenta ajena, adecuando las políticas públicas a la estacionalidad, la dimensión global y la flexibilidad que supone el sector, para evitar abusos de empresas multinacionales que pudieran aprovechar la posición de dominio que pudieran ocupar. Se deberá facilitar la libertad de acceso en el desarrollo de actividades profesionales relacionadas con el turismo.

### 2.3 CARTA MUNDIAL DEL TURISMO SOSTENIBLE +20 (2015)

Veinte años después de la aprobación de la Conferencia de Lanzarote (España), se celebró en el 2015, en Vitoria-Gasteiz (España), una nueva Cumbre Mundial de Turismo Sostenible con la finalidad de reafirmar y actualizar el compromiso adoptado en su día. El nuevo documento, denominado *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20*, trataba de integrar la Carta de 1995 con los principios proclamados en el Código Ético Mundial para el Turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para la Agenda 2030 (World Summit on Sustainable Tourism, 2015). La nueva carta propuso alcanzar los siguientes objetivos:

- Servir como instrumento para la paz y la tolerancia.
- Preservar nuestro patrimonio común, material e inmaterial.
- Luchar contra la pobreza.
- Conservar la naturaleza y la biodiversidad.
- Responder de forma activa y urgente a las consecuencias del cambio climático.
- Establecer una estrategia de descarbonización.
- Innovar en el uso de la energía, los recursos, el transporte y los sistemas de comunicación.
- Implementar patrones de consumo sostenibles a lo largo de todo el proceso de producción.
- Servir como motor para la economía mundial, especialmente para los países en desarrollo, tratando de establecer una economía más verde.
- Utilizar la tecnología y la innovación para una mayor eficiencia de los recursos.
- Promover el uso y el consumo de los bienes y servicios locales, aumentando los vínculos con la comunidad y reconociendo su cohesión social y económica.
- Cuidar y promover el patrimonio cultural, del arte y las industrias culturales.

La carta también hace una serie de llamamientos a la acción a los actores implicados (Cumbre Mundial de Turismo Sostenible, 2015):

- **A los Gobiernos y a las organizaciones internacionales.** Establece que deben diseñar políticas públicas, estrategias y planes de turismo en sintonía con los mencionados principios y los ODS; fortalecer los marcos regulatorios y facilitar el apoyo de las instituciones financieras; además de instaurar procesos participativos y colaborativos abiertos a los distintos actores interesados e implicados, especialmente a las comunidades locales. Del mismo modo, considera que hay que aumentar la contribución del turismo a la erradicación de la pobreza para conseguir un reparto más justo de los beneficios, y la preservación del patrimonio cultural.
- **A los lugares de destino.** Anima a empoderar a las comunidades locales y a los pueblos indígenas con el fin de facilitar su participación en la planificación turística, preservar sus valores e identidades, promover un turismo inclusivo y accesible para todos, considerar la capacidad de carga de los destinos, promover la educación del turismo sostenible y la transmisión de la tradición cultural.
- **A la industria turística.** Reclama la implementación y el desarrollo de bienes y servicios sostenibles con el patrimonio natural y cultural; la promoción de los valores y de la identidad cultural de las respectivas comunidades locales; una mayor inversión en lograr un sector y una economía más verde, promoviendo la reducción de residuos y la economía circular; la contribución a una mayor implantación de energías renovables; la participación en el bienestar social, económico y cultural de la comunidad; y la utilización de instrumentos para medir la oferta del turismo sostenible mediante programas de certificación, entre otros.
- **A los consumidores.** Insta a promover entre ellos el consumo de productos y servicios sostenibles de proximidad que generen empleo y beneficios a la comunidad, y evaluar las huellas medioambientales y socioculturales.
- **A los investigadores, desarrolladores y formadores.** Propone construir alianzas entre la investigación científica y la industria del turismo, facilitar la innovación tecnológica verde y su difusión, e integrar la formación en turismo sostenible en los distintos programas de estudios ya ofrecidos sobre la materia.
- **A las redes y a las organizaciones no gubernamentales (ONG).** Anima a crear y a fortalecer alianzas globales y regionales en favor del turismo sostenible, intercambiar conocimientos y experiencias de casos de éxito, promover guías y orientaciones sobre el comportamiento de los turistas, e informar a las comunidades de destino sobre la oferta de productos y servicios sostenibles.

#### 2.4 AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO (2017)

La AGNU declaró el 2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, debido a la importancia que posee el turismo a la hora de impulsar los ODS de la Agenda 2030. La presentación e inauguración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo fue el tema central de la Feria Internacional del Turismo (Fitur) en Madrid, en enero del 2017. El secretario general de la OMT manifestó que se trataba de “una oportunidad única para construir un sector turístico más responsable y comprometido, que pueda capitalizar su inmenso potencial en términos de prosperidad económica, inclusión social, paz y entendimiento, y preservación de la cultura y el medio ambiente” (OMT, 2017).

**Anima a empoderar a las comunidades locales y a los pueblos indígenas con el fin de facilitar su participación en la planificación turística, preservar sus valores e identidades (...)**

**Insta a promover entre ellos el consumo de productos y servicios sostenibles de proximidad que generen empleo y beneficios a la comunidad, y evaluar las huellas medioambientales y socioculturales.**

**La celebración supuso, sin duda, una oportunidad para concienciar a los dirigentes públicos, a los líderes empresariales y a los ciudadanos de la necesidad de trabajar de forma conjunta para que el turismo contribuya de manera decidida a la sostenibilidad.**

La guía elaborada para la ocasión por la OMT (2016) estableció una serie de objetivos clave en los que se debía seguir trabajando en materia de turismo sostenible:

1. Crecimiento económico inclusivo y sostenible.
2. Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.
3. Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático.
4. Valores culturales, diversidad y patrimonio.
5. Comprensión mutua, paz y seguridad.

A su vez, la guía fijó distintas líneas de actuación: la realización de campañas de sensibilización, así como la creación y difusión de los conocimientos necesarios para alcanzar la sostenibilidad turística, además de métodos de medición y certificación; la formulación de políticas públicas diseñadas con la finalidad de prever las distintas dimensiones del turismo sostenible; el fomento de la colaboración público-privada y la responsabilidad social de la empresa como instrumentos de transformación; y la introducción de la sostenibilidad turística como elemento clave en los distintos planes formativos sobre la materia (OMT, 2016).

La celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo supuso, sin duda, una oportunidad para concienciar a los dirigentes públicos, a los líderes empresariales y a los ciudadanos de la necesidad de trabajar de forma conjunta para que el turismo contribuya de manera decidida a la sostenibilidad (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019).

## **2.5 CONVENCIÓN MARCO SOBRE ÉTICA DEL TURISMO (2017)**

Coincidiendo con el Año Internacional del Turismo Sostenible, en el 2017, la OMT acordó convertir el Código de 1999 en un auténtico tratado internacional. Se mantuvieron los nueve artículos de este (reflejados en los artículos 4 al 12 del nuevo texto) y se incorporaron nuevos contenidos.

La Convención Marco sobre Ética del Turismo establece que los “Estados Partes impulsarán el turismo responsable, sostenible y de acceso universal, mediante la formulación de políticas coherentes con los principios éticos del turismo estipulados en la Convención [...], alentando a las empresas y entidades turísticas a reflejar esos principios en sus instrumentos contractuales y a hacer referencia a los mismos en sus códigos de conducta o reglamentos profesionales” (OMT, 2020b).

La conversión del código a tratado internacional ha supuesto un verdadero compromiso global del sector del turismo en favor de la sostenibilidad y de los principios éticos que la sustentan, ya que ha conseguido desarrollar un marco normativo que vincule a todos los Estados que forman parte de la comunidad internacional.

## **2.6 VISIÓN ONE PLANET PARA UNA RECUPERACIÓN RESPONSABLE DEL SECTOR (2020)**

En estos últimos años, los avances en materia de sostenibilidad en el sector del turismo han estado marcados por la pandemia de la COVID-19. En este contexto, la OMT ha insistido en la necesidad de propiciar una recuperación responsable del sector que se fundamente en la sostenibilidad.

La visión One Planet —programa de la OMT que incluye más de 150 organizaciones comprometidas con la sostenibilidad— ha elaborado un plan de acción con el objetivo de impulsar planes de recuperación que contribuyan a los ODS y al cumplimiento del Acuerdo de París (OMT, 2020e). Se han establecido los siguientes ejes de acción centrados en la recuperación para las personas y el planeta:

- **Salud pública.** Vincular higiene y sostenibilidad mediante la elaboración de protocolos y directrices, aumentar la confianza a través de una comunicación transparente de la situación y de las medidas adoptadas e incorporar indicadores que ayuden a monitorear los datos epidemiológicos.
- **Inclusión social.** Lanzar medidas económicas y sociales de apoyo a los grupos más vulnerables y perjudicados por la pandemia, respaldar al tejido de pequeñas y medianas empresas y reorientar el turismo de cercanía como elemento de apoyo a la comunidad local.
- **Conservación de la diversidad biológica.** Establecer mecanismos de resiliencia en áreas naturales cuya protección depende de los ingresos del turismo y buscar nuevas soluciones naturales.
- **Acción por el clima.** Medir las emisiones de CO<sub>2</sub> e implicar al sector en la eliminación del carbono, impidiendo que la recuperación del turismo aumente la contaminación.
- **Economía circular.** Apostar por la circularidad en las cadenas de producción y reducir el uso de plásticos.
- **Gobernanza y finanzas.** Establecer mecanismos de resiliencia, diseñar planes de recuperación que tengan en cuenta la sostenibilidad y mejorar la colaboración público-privada.

A lo largo de este apartado hemos descrito los principales hitos del turismo en materia de sostenibilidad. Pese a la adversidad que ha supuesto la pandemia, se han desarrollado multitud de proyectos para alcanzar una recuperación más comprometida con la cultura de la sostenibilidad. Dicha cultura posee un alcance global y holístico, tal como se desprende de los distintos documentos que hemos mencionado. En el siguiente apartado veremos con más detalle las diferentes dimensiones y aspectos que implica la sostenibilidad en el sector del turismo.

**Pese a la adversidad que ha supuesto la pandemia, se han desarrollado multitud de proyectos para alcanzar una recuperación más comprometida con la cultura de la sostenibilidad.**

**En consecuencia, el turismo debe contribuir a generar riqueza de forma sostenible —a corto, medio y largo plazo— en las distintas comunidades locales (...)**

**También es crucial trabajar en la calidad y la consistencia del producto o servicio ofrecido, incluyendo la sostenibilidad como elemento esencial de la calidad requerida.**

### 3. DIMENSIONES DEL TURISMO SOSTENIBLE

Tal y como se deduce del análisis de los textos internacionales más relevantes, hay cierto consenso en la identificación de tres importantes dimensiones del turismo sostenible: la económica, la medioambiental y la sociocultural. Estas dimensiones son interdependientes, de modo que la sostenibilidad debe ser comprendida desde la interacción de todas ellas.

En este cuaderno, vamos a partir de la clasificación tradicional, aunque vemos necesario añadir una cuarta dimensión, de carácter más político, que incluiría cuestiones relativas a la gobernanza, la paz y los derechos humanos.

En cada una de estas dimensiones se engloban diversos aspectos que hemos identificado a partir de las publicaciones reseñadas en el apartado anterior, así como en otros documentos académicos escritos sobre este tema (Gebreegziabher Asmelash y Kumar, 2019; OMT, 2006 y 2013). Describiremos a continuación cada una de estas cuatro dimensiones con algunos ejemplos que ayuden a comprender su implicación práctica.

#### 3.1 SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

Seguramente se trate de la dimensión que puede generar más controversia, pues, en apariencia, y analizada de forma aislada, puede interpretarse como un obstáculo precisamente para la sostenibilidad. Sin embargo, cuando se habla de *sostenibilidad económica* no se traduce en alentar un crecimiento ilimitado de la actividad, sino en garantizar la viabilidad de un crecimiento a largo plazo que genere estabilidad para las próximas generaciones en las comunidades locales, y que se tiene que buscar de forma conjunta con el resto de las dimensiones que conforman la sostenibilidad.

En consecuencia, el turismo debe contribuir a generar riqueza de forma sostenible —a corto, medio y largo plazo— en las distintas comunidades locales, de modo que se perciba como una oportunidad para combatir la pobreza en los países en desarrollo y en regiones rurales o poco industrializadas. Dicha viabilidad económica será la que pueda garantizar la sostenibilidad sociocultural y medioambiental (OMT, 2020a). En la sostenibilidad económica podemos identificar los siguientes aspectos:

- **Viabilidad económica.** Implica que las empresas y los lugares de destino sean capaces de generar beneficios a medio y largo plazo. A fin de alcanzar dicha viabilidad económica, es preciso comprender el mercado de forma realista, satisfacer al visitante para que tenga deseos de volver, mantener buenas condiciones de mercado mediante un fuerte apoyo a las pequeñas y medianas empresas, garantizar la estabilidad política y económica y estimular el atractivo del destino turístico con una marca e imagen positiva y coherente (OMT, 2006). La marca del lugar de destino debe abarcar mucho más que simples eslóganes. Se trata de construir mediante estrategias sólidas una marca y una imagen con la complicidad de todos los actores implicados en la actividad turística e incluir todos aquellos elementos distintivos de la propia comunidad y del tipo de turismo ofertado. También es crucial trabajar en la calidad y la consistencia del producto o servicio ofrecido, incluyendo la sostenibilidad como elemento esencial de la calidad requerida (OMT, 2013).

En la región rural de Lika (Croacia), se ha creado una asociación de productores locales para aprovechar las oportunidades del turismo en la zona y se ha creado una marca local reconocible con una oferta gastronómica de calidad, a fin de consolidarse, a medio y largo plazo, como un destino gastronómico. De esta

manera, pueden rentabilizar no solo los ingresos derivados directamente del turismo inmediato, sino también asegurar una marca como destino gastronómico local para el futuro. Lo anterior, por añadidura, supone el fortalecimiento de la economía agrícola en la zona y evita una excesiva dependencia de los visitantes (European Travel Commission [ETC], 2021).

- **Prosperidad local.** La sostenibilidad económica implica también contribuir a una mayor prosperidad en las comunidades locales que vaya más allá del mero retorno económico, sobre todo cuando en el caso de países en vías de desarrollo. Algunos países desarrollados tratan, asimismo, de dinamizar la economía en zonas rurales, afrontar el reto demográfico y equilibrar la densidad del turismo (Secretaría de Estado de Turismo, 2021). Para gestionar una mayor contribución económica a las comunidades locales, es conveniente reforzar el tejido de las pequeñas y medianas empresas también locales, y fortalecer los vínculos entre ellas, al mismo tiempo que se aumenta la oferta de productos y servicios locales (OMT, 2006). En este sentido, uno de los peligros del turismo en zonas con economías poco dinámicas es crear una excesiva dependencia del sector. Es por ello por lo que la OMT, teniendo en cuenta además las consecuencias de la pandemia, recomienda que las comunidades trabajen por un turismo de proximidad, apuesten por una economía más diversificada, inviertan en infraestructuras y transformación digital, conecten el campo con las ciudades y consoliden la economía agrícola y ganadera (OMT, 2020f).

La operadora de viajes G Adventures ha puesto en marcha una herramienta, Ripple Score, que mide el porcentaje de los beneficios que, de sus viajes organizados, va destinado a comercios o residentes de la comunidad local. La empresa hace públicos los datos en la herramienta mencionada con la finalidad de promocionar este tipo de viajes y para que los turistas puedan conocer, en todo momento, el grado de compromiso con la economía local. Por ejemplo, en Kenia, se ha creado una ruta que recorre reservas naturales que ha supuesto la creación de 438 empleos directos entre los residentes y que beneficia a otros 1.200 miembros de la comunidad de forma indirecta. Todo ello le ha valido una puntuación del 100% en Ripple Score (OMT, 2020a).

- **Empleo de calidad.** La creación de empleos estables, permanentes y a tiempo completo es otro de los aspectos fundamentales para la sostenibilidad económica. Por tanto, será conveniente ampliar la temporada, crear una oferta turística alternativa para el resto del año y disponer de una legislación laboral estable que garantice trabajar en condiciones dignas (OMT, 2006). La calidad del empleo es clave para la viabilidad económica de los negocios y para alcanzar un turismo amable y sostenible, pues la forma en que trabajan los empleados y se relacionan con los turistas puede marcar una gran diferencia en la experiencia de los visitantes. Las habilidades, los conocimientos técnicos y las aptitudes de los trabajadores se pueden reforzar con planes de formación, en los que se incluya el elemento de la sostenibilidad. Es muy importante que las compañías pongan en el centro a la persona, ya se trate de sus empleados o de sus clientes (OMT, 2013).

La empresa Jumbo Tours, operadora de viajes, se ha comprometido a mantener el 100% de su plantilla estable, con contratos indefinidos, pese a la estacionalidad del sector. Además, los empleados gozan de otra serie de ventajas, como flexibilidad horaria, teletrabajo y planes de formación. Para brindar este tipo de prestaciones, ha implementado la idea de compañía global, recibiendo apoyo en temporada alta de otras filiales del grupo con menos carga de trabajo y, a su vez, ofreciéndolo a las empresas del grupo en temporada baja (Deloitte, 2020).

**(...) es conveniente reforzar el tejido de las pequeñas y medianas empresas también locales, y fortalecer los vínculos entre ellas, al mismo tiempo que se aumenta la oferta de productos y servicios locales.**

**La calidad del empleo es clave para la viabilidad económica de los negocios y para alcanzar un turismo amable y sostenible (...)**

## La viabilidad económica ha de tener en cuenta las otras dimensiones de la sostenibilidad (...)

## El cuidado del entorno físico y paisajístico es importante para la propia conservación del patrimonio natural o histórico, el bienestar de la comunidad local y el atractivo turístico, y para la creación de una mayor conexión entre el hombre y la naturaleza.

- **Resiliencia:** La viabilidad económica ha de tener en cuenta las otras dimensiones de la sostenibilidad, es decir, la búsqueda de beneficios no puede diluir la responsabilidad de las empresas o los lugares de destino en relación con los distintos aspectos de la sostenibilidad. E, incluso, si es necesario para alcanzar los objetivos fijados en dicha materia, debe introducir mecanismos de resiliencia, como limitaciones a la propia actividad turística, que pueden comportar la pérdida de beneficios económicos (Picard, 2015). La Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS) —la parte española de la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (SDSN, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas— apunta, en uno de sus informes, a la necesidad y a la urgencia de trabajar para que la sostenibilidad económica del turismo contribuya a alcanzar los ODS en su integridad, teniendo también en cuenta las otras dimensiones de la sostenibilidad. En particular, ve necesario trabajar para conservar la biodiversidad de los ecosistemas forestales, terrestres y marinos, los cuales se ven especialmente perjudicados por el aumento del turismo (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019).

En el 2015, la Unesco informó sobre el daño social, cultural y medioambiental que estaba sufriendo la histórica ciudad de Dubrovnik, en Croacia, debido a la elevada presión turística, sobre todo procedente de cruceros. La ciudad lanzó en el 2017 la campaña Respect the City con la colaboración de los distintos actores involucrados, que implicó la limitación del acceso a la ciudad a un máximo de 6.000 visitantes al día, y llegó a acuerdos con las compañías de cruceros para distribuir los visitantes a lo largo del año (ETC, 2021).

### 3.2 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

La sostenibilidad medioambiental es, sin duda, uno de los mayores retos que atañe al turismo, pues podemos percibir con mayor fuerza tanto sus efectos negativos como los positivos (OMT, 2006). La dimensión medioambiental incluye los siguientes elementos:

- **Integridad física.** El cuidado del entorno físico y paisajístico es importante para la propia conservación del patrimonio natural o histórico, el bienestar de la comunidad local y el atractivo turístico, y para la creación de una mayor conexión entre el hombre y la naturaleza. Se trata de mantener la estructura física de los lugares de destino, ya sea en zonas naturales o en áreas rurales o urbanas, con un cierto decoro y estética. Es recomendable establecer medidas de gestión y códigos de conducta para evitar la erosión en zonas naturales, daños en estructuras marinas o exceso de basuras (OMT, 2006).

La asociación sin ánimo de lucro Rewilding Europe ha creado una agencia de viajes, European Safari Company, que organiza excursiones a parques dañados por la acción del hombre, cuyo paisaje ha sido rehabilitado de forma previa. De esta manera, se cuida la biodiversidad, se recupera la estética del entorno natural, se crean nuevas oportunidades en zonas despobladas y se ofrece un tipo de turismo que conecta a los visitantes con la naturaleza y su belleza (ETC, 2021).

- **Conservación de la biodiversidad.** Este aspecto comprende la preservación del entorno natural y de la integridad de los distintos ecosistemas (OMT, 2006). Una de las formas más eficaces para alcanzar estos objetivos es la declaración de protegidas de determinadas áreas que merezcan especial cuidado y atención como parques naturales o zonas protegidas. El ecoturismo también puede ser una forma de turismo responsable comprometida con el cuidado del entorno

natural y de la biodiversidad, aunque son dos conceptos que no tienen por qué identificarse. Según la OMT, el ecoturismo es “un tipo de actividad basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local” (OMT, 2019). Es decir, mientras la dimensión de la sostenibilidad medioambiental incluiría toda una serie de actuaciones para cuidar el medioambiente, que afectarían a todo tipo de actividad turística (ya sea en el campo o en la ciudad) y que deberían operar junto con el resto de los aspectos de la sostenibilidad, el ecoturismo tendría que entenderse como una actividad turística que se desarrolla exclusivamente en un entorno natural y que fomenta de forma particular la cuestión de la sostenibilidad medioambiental.

EUROPARC, una federación que nació en los años 70, agrupa las distintas áreas protegidas de Europa con la finalidad de aunar esfuerzos y cooperar para alcanzar una mayor conservación de las zonas naturales protegidas y su biodiversidad. En su estrategia diseñada en el 2014, proponía proveer de estándares de calidad la gestión de los parques, conectar las zonas protegidas mediante corredores verdes, continuar implementando el modelo de área protegida en nuevas zonas geográficas y concienciar a la población sobre los valores y beneficios de las áreas protegidas (EUROPARC Federation, 2014). Asimismo, dicha federación ha lanzado una herramienta de gestión no solo para los responsables de las áreas protegidas, sino también para las empresas, denominada *Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos* (CETS). Esta herramienta otorga una acreditación a las áreas protegidas con la adhesión de las empresas que garanticen unos determinados estándares de calidad (EUROPARC Federation, 2014).

- **Eficiencia de los recursos naturales.** Otra de las líneas de actuación en materia de sostenibilidad medioambiental es la eficiencia y conservación de los recursos naturales como la tierra, el agua potable, los bosques, los minerales o los combustibles fósiles. Es conveniente que el crecimiento del turismo quede supeditado a la disponibilidad y eficiencia de los recursos naturales, así como al suministro de energía o agua potable. Llama la atención el dato de que un turista acostumbra a utilizar entre 10 y 15 veces más que un residente local en zonas de escasez de agua de países en desarrollo. Así pues, será muy importante establecer mecanismos para optimizar el uso del agua potable y la utilización de la energía, dando prioridad, además, a las energías renovables (OMT, 2006).

Se incluye también aquí la eficiencia en la utilización de los recursos materiales. Puede ser útil, por ejemplo, aplicar los principios de la economía circular. En un reciente cuaderno de la Cátedra (Muller y Fontrodona, 2021) se detallaban las denominadas 9R: rechazar la utilización de materiales innecesarios, repensar para otorgar un uso más intensivo del producto, reducir materiales en la fabricación y el consumo de energía en la utilización, reutilizar el producto o los materiales para otros usos, reparar un producto defectuoso en su primer ciclo de vida, restaurar un producto que ha perdido calidad, refabricar un producto mediante el reemplazo de piezas necesarias, redefinir el uso de un producto o sus partes para usos distintos y, finalmente, reciclar. Estas 9R podrían aplicarse del mismo modo en las operaciones de las empresas del sector.

La asociación hotelera más importante de Portugal, Associação da Hotelaria de Portugal (AHP), lleva implementando desde el 2012 planes de responsabilidad social y medioambiental para promover la economía circular y reducir los residuos.

**EUROPARC (...) agrupa las distintas áreas protegidas de Europa con la finalidad de aunar esfuerzos y cooperar para alcanzar una mayor conservación de las zonas naturales protegidas y su biodiversidad.**

**Es conveniente que el crecimiento del turismo quede supeditado a la disponibilidad y eficiencia de los recursos naturales, así como al suministro de energía o agua potable.**



**(...) los Gobiernos, las empresas y los turistas deben afrontar la problemática que plantea la elevada contaminación que supone el transporte y que afecta al corazón de la actividad turística.**

**(...) los signatarios se comprometen a reducir a la mitad las emisiones globales en la próxima década y fijan como objetivo alcanzar un valor 0 antes del 2050.**

El proyecto principal, HOSPES, consiste en donar el mobiliario de hoteles que esté en buenas condiciones a proyectos sociales. La asociación sirve de punto de unión para cuadrar las necesidades del proyecto social con el mobiliario que las empresas ya no necesitan. Este proyecto de sostenibilidad medioambiental ha pasado de tener 10 hoteles adheridos al programa en el 2013, a 130 en el 2020. Por ejemplo, desde la irrupción de la pandemia, se han donado 228.885 bienes y, en tan lab un mes, se llegaron a donar más de 100.000 artículos de tela a hospitales (ETC, 2021).

- **Pureza medioambiental.** Finalmente, la sostenibilidad medioambiental afronta el enorme reto de combatir los efectos del cambio climático, además de preservar la calidad del aire, del agua y del suelo mediante la reducción de los residuos y de las emisiones de carbono. Recordemos que el turismo representaba en 2019 una décima parte de la economía mundial, y si a ello le sumamos que el transporte es uno de los sectores que más contamina, obtenemos un resultado realmente muy preocupante para la salud del planeta. Por ello, resulta crucial reducir el uso de productos químicos nocivos para el medioambiente y la emisión de residuos no degradables, y evitar el vertido de basura en entornos naturales o en fondos marinos.

Pero, sobre todo, los Gobiernos, las empresas y los turistas deben afrontar la problemática que plantea la elevada contaminación que supone el transporte y que afecta al corazón de la actividad turística. Así pues, se apuesta por utilizar medios de transporte menos contaminantes (como el ferrocarril), reducir la cantidad de los viajes y promocionar infraestructuras más eficientes (OMT, 2006).

La reciente Conferencia de las Partes en la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático celebrada en Glasgow (COP26), marcada por la crisis de la pandemia, ha supuesto una mayor toma de conciencia en relación con el peso y la responsabilidad que tiene el turismo en la lucha contra el cambio climático, aunque se ha traducido en tímidos avances respecto a la Cumbre anterior de París. En la citada Conferencia se elaboró la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo, por la que los signatarios se comprometen a reducir a la mitad las emisiones globales en la próxima década y fijan como objetivo alcanzar un valor 0 antes del 2050. Dicho compromiso deberá materializarse en la delicada situación que atraviesa el sector mediante planes de recuperación ya definidos en la visión de One Planet —documento elaborado por la OMT— para una recuperación responsable del turismo.

En la ciudad de Valencia (España), se ha llevado a cabo la implementación, en el 2019, de un sistema que certifica la huella de carbono procedente del turismo con la finalidad de conseguir convertirse en una urbe neutral en el nivel de emisiones en el año 2025, sin que ello suponga un elevado coste a su economía, la cual depende en gran medida del turismo. El programa ha identificado 10 actividades turísticas y ha medido la emisión de gases de carbono, a fin de diseñar planes de reducción en dichas actividades (ETC, 2021).

### 3.3 SOSTENIBILIDAD SOCIOCULTURAL

Cuando hablábamos de la dimensión económica de la sostenibilidad, destacábamos la relevancia que puede poseer el turismo en la contribución a la prosperidad local. Ahora bien, la sostenibilidad implica otros beneficios sociales y culturales en el lugar de destino, además de generar armonía en la comunidad en su relación con el turismo, y garantizar también la protección y acogida de los turistas. De esta manera, es posible mantener

y reforzar la identidad comunitaria, fortalecer las relaciones de confianza entre sus miembros y de estos con los visitantes, y mejorar el bienestar y la calidad de vida del lugar de destino (Kummitha, Kolloju, Jancsik y Szalók, 2021). En esta dimensión se hace imprescindible abordar la sostenibilidad desde la perspectiva de los residentes del lugar de destino, de la comunidad en su conjunto y, en menor medida, también de los turistas (González Reverté, 2017). Algunas áreas de actuación serían:

- **Equidad social.** Se trata de conseguir un reparto justo de los beneficios derivados del turismo en las comunidades locales, permitiendo luchar contra la pobreza en países menos desarrollados, dinamizar regiones menos industrializadas y asegurar la inclusión de las personas desfavorecidas en zonas urbanas. Es preciso poner en práctica políticas de empleo que tengan como objetivo la integración de personas desfavorecidas, con planes de formación públicos y privados. De igual forma, destinar parte de los ingresos de las Administraciones públicas y de las empresas para programas sociales (OMT, 2006). Resulta esencial, sobre todo, que no se pierda la oportunidad que supone el turismo para luchar contra la pobreza en países en vías de desarrollo, ya sea porque el valor económico generado no se queda en el propio país, ya sea porque la corrupción interna impida un justo reparto de los beneficios del turismo en las comunidades locales (Liu, 2003).

Además de garantizar la calidad del empleo —aspecto ya tratado en la dimensión económica—, el Gobierno y las empresas tienen como misión trabajar de forma conjunta para desarrollar nuevas regulaciones laborales y políticas de recursos humanos que garanticen los derechos de los trabajadores, principalmente en aquellos empleos no cualificados, con miras a dignificar su imagen, implementar planes de formación, pagar salarios más justos, aumentar la seguridad laboral, establecer planes de carrera profesional y otorgar mayores protecciones y beneficios sociales (OMT, 2013).

La compañía aérea Air Nostrum, vinculada a la ciudad autónoma de Melilla al conectar esta urbe con la Península, colabora con varios proyectos sociales melillenses. Uno de ellos, Lal La Buya, tiene como objetivo capacitar a mujeres en riesgo de vulnerabilidad, sobre todo aquellas que han padecido violencia de género. El proyecto tiene como finalidad que puedan crear una empresa textil, con marca propia, e inspirada en los principios de la moda ética. La compañía también colabora con una iniciativa de Save the Children, asumiendo el coste de los desplazamientos de los empleados de la ONG que acuden para realizar actividades con menores no acompañados que han cruzado la frontera (Deloitte, 2020).

- **Inclusión social.** Este aspecto requiere que las comunidades locales sepan reconocer los derechos de todas las personas (locales y turistas), con independencia de su raza, religión, sexo, orientación sexual, edad o habilidades físicas o psíquicas, y combatir cualquier tipo de discriminación, estableciendo políticas inclusivas y de integración. La mujer continúa ocupando, incluso en países desarrollados, empleos de peor calidad y con una retribución menor, por lo que es imprescindible llevar a cabo políticas que fomenten la igualdad salarial, el acceso a puestos de responsabilidad y la conciliación de la maternidad con la carrera profesional. No podemos olvidar tampoco la exclusión que sufren los dos polos de la vida —jóvenes y ancianos— causada por el afán de productividad, tal como ha reiterado el papa Francisco en varias ocasiones. El mercado laboral debe integrar a los jóvenes y establecer remuneraciones más justas. Es importante también que los ancianos sigan manteniendo un rol esencial en la sociedad y puedan transmitir a las nuevas generaciones la sabiduría acumulada. Con relación a los discapacitados, ya sean residentes locales o visitantes, la comunidad debe atender sus necesidades y

**Es preciso poner en práctica políticas de empleo que tengan como objetivo la integración de personas desfavorecidas (...)**

**(...) es imprescindible llevar a cabo políticas que fomenten la igualdad salarial, el acceso a puestos de responsabilidad y la conciliación de la maternidad con la carrera profesional.**

**El exceso de turismo puede repercutir en el mercado inmobiliario, por lo que es conveniente que las políticas públicas contribuyan a garantizar el acceso a la vivienda de los propios residentes.**

**El turismo tiene una especial incidencia en la cultura, por lo que resulta clave para la conservación del patrimonio arqueológico, histórico, artístico y cultural, así como para la preservación de la identidad de la comunidad local y de sus tradiciones.**

eliminar las barreras físicas. Del mismo modo, es preciso prestar atención a la integración de cualquier minoría étnica en la comunidad, así como respetar a los turistas de diferentes culturas (OMT, 2013).

La OMT ha lanzado un proyecto en el área de Djenné (Mali), para que grupos de mujeres formen una cooperativa y puedan trabajar desde casa en la elaboración de productos de artesanía, en condiciones adecuadas y con una retribución justa. El programa, que ha contado con la colaboración del Gobierno de Mali, ha prestado también particular atención a la salud y al bienestar de las mujeres (OMT, 2013).

- **Bienestar de la comunidad.** Este concepto se entiende en un doble sentido. Por un lado, se refiere a la mejora de los servicios básicos, como el agua, la energía, las infraestructuras, la vivienda, el transporte, los servicios sanitarios, la educación o las instalaciones de ocio. Y, por otro lado, implica evitar una presión turística demasiado elevada que genere el colapso de los servicios locales, aumente excesivamente los precios o genere molestias como ruido o suciedad, drogas, prostitución o violencia (OMT, 2006). El exceso de turismo puede repercutir en el mercado inmobiliario, por lo que es conveniente que las políticas públicas contribuyan a garantizar el acceso a la vivienda de los propios residentes. También es importante ofrecer una educación de calidad, que, principalmente a través de planes formativos enfocados en la actividad turística, pueda servir como palanca para impulsar la inserción en el mercado laboral de jóvenes, parados o personas en riesgo de exclusión. Habitualmente el turismo contribuye a implementar mayores estructuras sanitarias en la comunidad para dar atención tanto a los residentes como a los turistas. Tras la aparición de la pandemia, se hace más necesario que nunca trabajar en esta dirección y destinar más recursos a la mejora del sistema de salud (Azcarate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019).

El Gobierno de Ruanda lleva aplicando desde el 2005 el programa Tourism Revenue Sharing (TRS), que tiene como misión relanzar el turismo en las poblaciones cercanas a los parques naturales, a fin de fortalecer la economía local y destinar parte de los ingresos generados a construir colegios, hospitales, instalaciones de agua corriente, casas para familias sin hogar, mercados y otros servicios básicos. El programa pretende que las decisiones se tomen con la participación de los ciudadanos y los negocios locales (OMT, 2020a).

- **Riqueza cultural.** El turismo tiene una especial incidencia en la cultura, por lo que resulta clave para la conservación del patrimonio arqueológico, histórico, artístico y cultural, así como para la preservación de la identidad de la comunidad local y de sus tradiciones. Por tanto, es conveniente que parte de los beneficios del turismo se destine a la preservación de la herencia cultural (OMT, 2006). Este aspecto debe ser visto como un *win-win* entre turistas y la comunidad local, ya que permite que esta última pueda preservar su herencia cultural y los visitantes conozcan los bienes de una cultura diferente (OMT, 2021f).

La herencia cultural no solo incluye elementos materiales y visibles, como puede ser el patrimonio histórico, sino que también comprende aquellos elementos intangibles transmitidos a través de las diferentes generaciones: prácticas, modos de vida, expresiones, conocimientos, habilidades, arte, música, celebraciones, gastronomía, etc. Todo ello mantiene la autenticidad y provee a la comunidad de un sentido de continuidad e identidad. Debido a la globalización, es más difícil identificar, preservar y promocionar todos esos valores intangibles, especialmente en zonas rurales o en comunidades indígenas (OMT, 2012). Es imprescindible que la comunidad trabaje de forma conjunta mediante la creación de museos, centros o mercados de carácter local; la inclusión de planes formativos; la recreación de festivales, celebraciones

o espectáculos; o la puesta en marcha de circuitos, rutas o redes sobre temáticas culturales. En especial, se debe prestar especial atención al cuidado de las tradiciones de las comunidades pequeñas o de los pueblos indígenas.

En la región de Kozara (Bosnia-Herzegovina), se celebra, desde el 2005, un festival de cuatro días durante los que se promociona, en los mercados de los distintos pueblos de la región, sus tradiciones en materia de agricultura, artesanía, gastronomía, música, danza o el estilo de vida. Los residentes y los negocios locales suelen involucrarse de forma muy activa e, incluso, invitan a participar a grupos de otros países con intereses similares (OMT, 2012).

- **Protección, derechos y bienestar de los turistas.** Las comunidades locales no solo tienen el deber de garantizar la seguridad y proteger los derechos de los visitantes, sino que han de ofrecer un trato acogedor y velar por su bienestar. Ello implica establecer servicios de información turística, garantizar la veracidad del *marketing* destinado a los visitantes, evitar engaños o intentar brindar servicios de calidad que contribuyan al derecho al descanso y al ocio. Por una parte, la comunidad tiene que incentivar que los visitantes respeten el entorno natural, comprendan la cultura local y sociabilicen con los residentes (OMT, 2006). Como contrapartida, se espera una actitud responsable por parte de los visitantes, de modo que integren en sus viajes los distintos principios de la sostenibilidad. Por otro lado, algunos académicos (Cohen, 2010) han advertido también sobre la necesidad de incorporar la igualdad en el acceso al turismo, evitando que las propias políticas y limitaciones de los planes de sostenibilidad conviertan la oferta de turismo sostenible en una actividad exclusiva para visitantes con poder adquisitivo elevado. En este sentido, es conveniente que los Gobiernos y las empresas procuren ofrecer facilidades para garantizar el libre e igual acceso de todos al turismo, especialmente a los habitantes del mismo país.

La ciudad de Gotemburgo (Suecia) ha impulsado una serie de iniciativas de inteligencia digital dirigidas a contribuir a la sostenibilidad y a mejorar la estancia de los turistas. Entre otras, una guía *online* de la urbe con audio que posibilita contactar con los servicios de información turística, una aplicación que ofrece descuentos por utilizar el transporte público, un complemento para aquellas personas con discapacidad que necesitan ayuda y a través de la cual pueden solicitar la eliminación de obstáculos, una web que permite conocer el impacto medioambiental de las decisiones que pueden tomar en relación con el hospedaje o el transporte, o una aplicación para conectar los visitantes con los residentes locales (ETC, 2021).

### 3.4 SOSTENIBILIDAD EN MATERIA DE GOBERNANZA, PAZ Y DERECHOS HUMANOS

Hemos considerado añadir esta cuarta dimensión, ya que hay una serie de aspectos, quizá de carácter más político e institucional, que suelen formar parte del turismo sostenible y que podrían abordarse de forma diferenciada. Estos aspectos, en algunas ocasiones, han sido subsumidos en la dimensión sociocultural, o simplemente descuidados, aunque aparecen como elementos esenciales en la Carta Mundial del Turismo Sostenible, el Código Ético Mundial para el Turismo y los ODS de la Agenda 2030. Al respecto, algunos académicos han añadido también esta cuarta dimensión en sus estudios (Gebreegziabher Asmelash y Kumar, 2019; Holden, 2000).

- **Gobernanza local.** Si bien es cierto que las organizaciones internacionales o las propias naciones suelen establecer las directrices generales en materia de sostenibilidad turística, resulta fundamental que las comunidades locales, en el nivel

**Las comunidades locales no solo tienen el deber de garantizar la seguridad y proteger los derechos de los visitantes, sino que han de ofrecer un trato acogedor y velar por su bienestar.**

**Hemos considerado añadir esta cuarta dimensión, ya que hay una serie de aspectos, quizá de carácter más político e institucional, que suelen formar parte del turismo sostenible y que podrían abordarse de forma diferenciada.**

**(...) queremos resaltar la importancia que tiene para las comunidades indígenas disponer de autogobierno en materia de turismo.**

**(...) la OMT resaltó la importancia que puede tener el turismo para fomentar el entendimiento mutuo, construir puentes entre distintos pueblos y culturas, fomentar la diplomacia, velar por la seguridad internacional y construir la paz.**

de gobierno más bajo posible, puedan adquirir el control de las políticas en materia de turismo y aplicar los principios de la sostenibilidad adecuados al contexto y a las necesidades concretas. Hay autores (Louise Zahra, 2011) que proponen establecer el principio de subsidiariedad, en virtud del cual las decisiones deberían tomarse en las comunidades locales, mientras que los Gobiernos de instancias superiores solo podrían intervenir de forma subsidiaria o en caso de necesidad para el bien común. Conviene aplicar este principio especialmente en las comunidades indígenas, las cuales muchas veces se han visto perjudicadas por los planes turísticos diseñados desde sus Gobiernos nacionales, pues estos últimos no han mostrado interés alguno por comprender su idiosincrasia. Aunque ya hemos hablado en la dimensión sociocultural de la conservación de la propia identidad, en este punto queremos resaltar la importancia que tiene para las comunidades indígenas disponer de autogobierno en materia de turismo (OMT, 2006). Además de otorgar el control al nivel de gobierno más cercano posible, el principio de la gobernanza sostenible incluye una aproximación pluralista y participativa, es decir, la gobernanza local debe ejercerse de forma conjunta entre los distintos actores implicados: Administraciones, empresas, asociaciones y ciudadanos (Nunkoo, 2017).

La comarca de Guna Yala (Panamá), de mayoría indígena, tiene reconocida una cierta autonomía desde principios del siglo xx. Su economía se fundamenta en la pesca, la agricultura, la caza y la comercialización de cocos. A partir de los años 90 empezó a recibir un aumento considerable de turistas y los gunas han ido adaptando su economía a la nueva situación. Sin embargo, vieron los riesgos de perder el control de su autonomía, su identidad cultural y parte del entorno natural. Por ello, la comunidad acordó con el Gobierno de Panamá mantener, a partir de 1996, las competencias en materia de turismo y empezó a legislar sobre el asunto, de modo que, hoy en día, se requiere el permiso de las autoridades locales para iniciar cualquier proyecto turístico en la comarca. Esta estrategia ha permitido que los gunas puedan mantener una economía diversificada, conservar el entorno natural y la biodiversidad, además de promocionar su cultura sin necesidad de perder su identidad (de León Smith Inawinapi, 2016).

- **Contribución del turismo a la paz.** Con ocasión de la celebración del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, la OMT resaltó la importancia que puede tener el turismo para fomentar el entendimiento mutuo, construir puentes entre distintos pueblos y culturas, fomentar la diplomacia, velar por la seguridad internacional y construir la paz (OMT, 2016). Aunque tradicionalmente se ha visto el intercambio cultural como una forma de ejercer una especie de “diplomacia cívica”, otros autores ven una cierta ingenuidad en el hecho de pensar que el turismo, por sí mismo, pueda contribuir a la paz. En todo caso, esta idea ha ido evolucionando en los últimos años hacia una posición más realista que ve la sostenibilidad del turismo (social, política, económica y medioambiental) como un instrumento más sólido y significativo para alcanzar la paz y la amistad entre los distintos pueblos (Higgins-Desbiolles, Blanchard y Urbain, 2021).

En los años 80, un grupo de estudiantes japoneses decidió organizar un viaje por el Pacífico como respuesta a la censura de su Gobierno sobre las invasiones militares a otros países durante la II Guerra Mundial. Durante su viaje, comprendieron mejor lo ocurrido, pudieron observar las consecuencias de la ocupación japonesa, escuchar testimonios y compartir experiencias con los habitantes de los distintos pueblos afectados. Les impactó el hecho de que muchos japoneses visitaban las zonas turísticas de los distintos países sin mostrar interés alguno por los

miembros de las comunidades locales, por la situación de pobreza o por algunas de las consecuencias de la invasión japonesa. Tras dicha expedición, decidieron organizar varios viajes para japoneses con interés por esta cuestión, con la finalidad de concienciar sobre los errores del pasado y trabajar en la reconciliación para estrechar lazos entre los diferentes pueblos. Hoy en día, la ONG Peace Boat continúa organizando estos viajes por el Pacífico con el propósito de promover la paz (Blanchard, Hatakeyama y Kawasaki, 2021).

- **Turismo como garantía de los derechos humanos.** En línea con el aspecto anterior, la actividad turística puede fomentar la cultura de los derechos humanos y el respeto de la dignidad humana, especialmente la igualdad entre hombres y mujeres, y los derechos de los más vulnerables, como los niños, las personas mayores, los refugiados o las minorías oprimidas (OMT, 2020b). La relación entre el turismo y los derechos humanos se vuelve especialmente problemática con la aparición de actividades que suponen abusos y vulneraciones de tales derechos, como la explotación infantil o el turismo sexual. Hay que combatir las redes mafiosas que se enriquecen con estas actividades (Eriksson, Noble, Pattullo y Barnett, 2009).

Costa Rica se ha convertido, en los últimos años, en un destino muy demandado. Sin embargo, algunos sitios web han promovido también el turismo sexual en este país, generando un grave problema y una vulneración sistemática de los derechos humanos. Tras una regulación fallida por parte del Gobierno para solucionar el problema, una organización local (ECPAT), con el apoyo de ONG internacionales, ha logrado erradicar el problema poniendo en marcha un programa a través de las cámaras de turismo, las asociaciones hoteleras y los operadores turísticos. Estos actores se han comprometido a aplicar una política de tolerancia cero, a sensibilizar al personal, a actuar con transparencia, a influir en proveedores y a informar de forma periódica sobre las medidas adoptadas. Esta política ha dado sus frutos y ha podido reconducir el problema (OMT, 2013).

**(...) la actividad turística puede fomentar la cultura de los derechos humanos y el respeto de la dignidad humana, especialmente la igualdad entre hombres y mujeres, y los derechos de los más vulnerables (...)**

## 4. DESAFÍOS ACTUALES

En los apartados anteriores, hemos revisado los aspectos que definen el turismo sostenible, haciendo, primero, una revisión de cómo este concepto se ha ido construyendo en las distintas iniciativas que se han llevado a cabo hasta el momento y describiendo, después, con más detalle, las cuatro dimensiones en las que se puede desglosar este enfoque. Queda suficientemente de manifiesto que, en un panorama tan complejo como el actual, el sector del turismo afronta una amplia variedad de retos para alcanzar los objetivos que se proponen desde el marco de la sostenibilidad.

A continuación, nos centraremos en dos desafíos que revisten no solo la urgencia del momento, sino también la importancia de la envergadura del cambio que implican: por una parte, los ODS y la Agenda 2030, que sirven de orientación para trabajar de forma concreta cada uno de los aspectos de la sostenibilidad; y, por otra parte, la irrupción de la pandemia como oportunidad para acelerar estos cambios.

### 4.1 EL TURISMO SOSTENIBLE Y LA AGENDA 2030

La sostenibilidad no es un concepto estático, sino que es un camino de mejora para alcanzar progresos concretos. Por ello, sin perder de vista un horizonte de futuro, es importante ir fijando planes con objetivos específicos adaptados a la situación histórica concreta que deben lograrse en periodos cortos de tiempo (Azcárate, Benayas, Nerilli y Justel, 2019). La AGNU aprobó, en el 2015, la Agenda 2030 con los 17 ODS, que apuesta por un plan integral de trabajo que tiene en cuenta todas las dimensiones de la sostenibilidad (resolución aprobada por la AGNU el 25 de septiembre del 2015):

**La sostenibilidad no es un concepto estático, sino que es un camino de mejora para alcanzar progresos concretos.**

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición, y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.
17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Sin duda alguna, todos y cada uno de los objetivos —en la medida en que cubren los distintos aspectos y dimensiones de la sostenibilidad— están llamados a jugar un papel importante en el proceso de transformación hacia un turismo responsable.

En el 2018, la OMT, con el apoyo de la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos (SECO) de Suiza, lanzó la plataforma *online* Tourism4SDGs.org para comprometer al sector del turismo con los planes fijados por la Agenda 2030. La herramienta dispone de una gran variedad de recursos relacionados con la sostenibilidad, ha creado un espacio de colaboración y diálogo entre los distintos actores y permite acceder a iniciativas y proyectos de cada uno de los distintos objetivos. De hecho, la web dispone de multitud de ejemplos de casi todos los países del planeta, que pueden servir de inspiración a nuevos proyectos. De esta manera, se genera un intercambio de conocimientos y experiencias. Así, por ejemplo, una iniciativa puesta en marcha por una empresa de la India podría servir de inspiración para diseñar un proyecto en Mali.

Las distintas naciones también han ido desarrollando planes para implementar los ODS. España, que ocupa el segundo lugar en número de visitantes y en ingresos por turismo, elaboró en el 2019 una estrategia para implementar los 17 objetivos en el sector turístico en España (Secretaría de Estado de Turismo, Gobierno de España, 2021), fijando las siguientes líneas de actuación:

- Garantizar la distribución de la riqueza junto con el crecimiento económico.
- Preservar los valores naturales y culturales.
- Combatir la desigualdad y la despoblación del mundo rural.
- Impulsar la gobernanza colaborativa con los distintos actores.
- Adaptar de forma continua los planes de desarrollo sostenible.
- Ejercer de forma responsable el liderazgo español en materia de turismo.

A 10 años de cumplirse el plazo del 2030, las iniciativas a favor de la sostenibilidad estaban empezando a alcanzar una velocidad de crucero, cuando de repente irrumpió en nuestras vidas la pandemia de la COVID-19, que paralizó, podemos decir que casi literalmente, el mundo. El sector del turismo y de todas las actividades relacionadas fue uno de los sectores más afectados, y eso ha tenido también su impacto en el tema que nos ocupa.

## 4.2 EL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO SOSTENIBLE

La pandemia de la COVID-19 ha supuesto un cambio radical en nuestras vidas, afectando de forma directa al propio turismo. La primera preocupación de la OMT fue asegurar que las decisiones de los Gobiernos y las empresas sobre la actividad se tomaran respetando los principios éticos aprobados por los distintos países en la Convención Marco sobre Ética del Turismo. En especial, instó a la protección de los turistas y los trabajadores, al

**Sin duda alguna, todos y cada uno de los objetivos —en la medida en que cubren los distintos aspectos y dimensiones de la sostenibilidad— están llamados a jugar un papel importante en el proceso de transformación hacia un turismo responsable.**



**(...) si bien también se ha propuesto aprovechar esta crisis para repensar y reconstruir el turismo en mayor sintonía con la cultura de la sostenibilidad (...)**

respeto de sus derechos evitando cualquier tipo de discriminación y a la protección de los datos personales (OMT, 2020e).

La OMT ha promovido por medio de varios documentos e informes divulgativos la reactivación y la recuperación sostenible del turismo. En concreto, ha fijado los siguientes propósitos (OMT, 2020d):

1. Proporcionar liquidez y proteger el empleo.
2. Restablecer la confianza ofreciendo seguridad.
3. Aprovechar la colaboración público-privada para una reapertura eficiente.
4. Abrir fronteras con responsabilidad.
5. Armonizar y coordinar protocolos y procedimientos.
6. Crear puestos de trabajo con valor añadido gracias a las nuevas tecnologías.
7. Convertir la innovación y la sostenibilidad en la nueva normalidad.

La pandemia todavía en curso ha supuesto una caída del 83% de la actividad turística en el 2020 respecto al 2019 y millones de personas han perdido su empleo (ETC, 2021). Algunos académicos han visto la oportunidad que representa la crisis provocada por el coronavirus para alcanzar avances en sostenibilidad, obviando las consecuencias negativas económicas y sociales. Otros han defendido la urgencia de volver a la normalidad lo más rápido posible para reactivar la economía sin prestar atención a la transformación que exige una mirada sostenible (Higgins-Desbiolles, 2021). Sin embargo, gran parte de la comunidad turística se ha comprometido a abordar de forma prioritaria y urgente las desastrosas consecuencias sanitarias y sociales, si bien también se ha propuesto aprovechar esta crisis para repensar y reconstruir el turismo en mayor sintonía con la cultura de la sostenibilidad, logrando un mayor equilibrio entre la urgencia de paliar los estragos de la pandemia y alcanzar un progreso sostenible (ETC, 2021). En todo caso, el turismo, debido a su peso en la economía mundial, es clave tanto para la recuperación económica y social como en el camino hacia la sostenibilidad (OMT, 2020a).

El 25 de marzo del 2021, el Parlamento Europeo aprobó una resolución sobre la definición de una estrategia tras el estallido de la pandemia en materia de turismo sostenible. La resolución (de 25 de marzo del 2021) fijó en 78 puntos las líneas generales de actuación, destacando, entre otras:

- Implementar planes de recuperación económica del sector.
- Proteger los derechos sociales.
- Mejorar la calidad y sostenibilidad de la oferta turística.
- Establecer criterios comunes sanitarios y de higiene.
- Velar por la seguridad sanitaria en los viajes.
- Otorgar una mayor importancia al turismo en la gobernanza de la Unión, proponiendo la creación de una Agencia Europea del Turismo que vele por la seguridad sanitaria y por la sostenibilidad del sector, en colaboración con la OMT.
- Dar mayor autonomía en materia de turismo a las comunidades locales.
- Desarrollar planes de resiliencia en aquellos lugares en los que exista una masificación excesiva del turismo.
- Aprobar planes para combatir el cambio climático.
- Fomentar el transporte público, itinerarios culturales y oportunidades locales.

Además, la Unión Europea ha creado un instrumento para la recuperación denominado *Next Generation EU*, con un fondo de más de 800.000 millones de euros, cuyo objetivo es reparar los daños económicos y sociales causados por la pandemia. El instrumento condiciona la concesión de las ayudas a proyectos que contribuyan a la sostenibilidad (Comisión Europea, 2020). En el caso español, debido al peso de la industria turística, el Gobierno ha elaborado el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico con la finalidad de conceder las ayudas al sector del turismo. Tiene como horizonte la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad medioambiental, socioeconómica y territorial, la transformación digital de destinos y empresas, la resiliencia en territorios extrapeninsulares y la mejora de la competitividad (Gobierno de España, 2021).

De esta forma, aunque la pandemia haya implicado un freno a la actividad del sector turístico, y por ello también en las iniciativas de transición hacia un turismo sostenible, no debería significar la renuncia a los objetivos que se habían marcado, sino todo lo contrario: es la oportunidad de construir la recuperación del sector desde las bases propuestas por la sostenibilidad.

**(...) es la oportunidad de construir la recuperación del sector desde las bases propuestas por la sostenibilidad.**

## 5. CONCLUSIONES

En este cuaderno, hemos visto que la comunidad turística internacional empezó a adquirir compromisos firmes a partir de los años 90 principalmente mediante dos instrumentos, la Carta Mundial del Turismo Sostenible (1995) y el Código Ético Mundial para el Turismo (1999), que con posterioridad fueron actualizados, en el 2015 y el 2017, respectivamente. En ambos instrumentos aparecen los distintos aspectos que configuran la sostenibilidad, aunque, como ya hemos sugerido al inicio de este estudio, abordan distintos planos: el primero, una agenda con planes concretos; y, el segundo, los principios éticos sobre los que se asienta la sostenibilidad. Junto con estos dos aspectos, debemos destacar también la necesaria responsabilidad de los principales *stakeholders*, Gobiernos, empresas y turistas, que deben trabajar sobre el terreno de forma conjunta y coordinada.

**Debemos reconocer el impulso y el avance que ha supuesto la aparición de nuevas formas de turismo centradas en trabajar distintos aspectos concretos de la sostenibilidad (...)**

La tesis que considera la sostenibilidad desde una perspectiva integral con distintas dimensiones puede generar aún controversia en algunos sectores o entre los investigadores académicos. Ahora bien, en la comunidad turística, tal y como hemos podido comprobar, parece que se trata de una posición ampliamente aceptada desde los años 90, contando con el respaldo de la OMT, organizaciones internacionales, Gobiernos, empresas y asociaciones del sector. Además de las tres dimensiones en el turismo sostenible que suelen considerarse habitualmente, hemos añadido una cuarta sobre cuestiones de gobernanza, paz y derechos humanos, que puede contribuir a una mayor comprensión de la integralidad desde la que se debe abordar el concepto de *sostenibilidad* aplicado al turismo. Además, cuando hablamos de turismo, la dimensión social de la sostenibilidad incluye el elemento cultural como aspecto particular de la actividad.

Debemos reconocer el impulso y el avance que ha supuesto la aparición de nuevas formas de turismo centradas en trabajar distintos aspectos concretos de la sostenibilidad, como, por ejemplo, el ecoturismo, el agroturismo, el turismo solidario o el turismo *slow*. Pero no debemos perder de vista que el objetivo es conducir toda la actividad turística hacia la sostenibilidad. Es decir, no basta únicamente con crear nuevos modelos de turismo que se limiten a trabajar un único aspecto concreto de la sostenibilidad y que compitan con el tipo de turismo tradicional, sino que es necesario que la sostenibilidad transforme la actividad en su conjunto e impacte en toda la cadena de valor. En este sentido, paradójicamente, la proliferación de estas nuevas formas de turismo podría generar un cierto espejismo. Aunque estos modelos de negocio sean muy bienvenidos, no deben hacernos olvidar que lo importante es integrar la sostenibilidad —en todas sus dimensiones— en todos los modelos de turismo, también en los tradicionales. Además, no es realista pensar que las formas tradicionales de turismo desaparecerán. Por tanto, es muy importante tener presente que la sostenibilidad ha de operar en todos y cada uno de los modelos de turismo e integrar todas sus dimensiones. Partiendo de esta base, estas nuevas formas de turismo pueden, desde luego, ayudar a impulsar la sostenibilidad en el sector y concienciar a las comunidades locales y a los turistas.

**Pero no debemos perder de vista que el objetivo es conducir toda la actividad turística hacia la sostenibilidad.**

Tras la experiencia de la II Guerra Mundial, la mayoría de los países occidentales han vivido décadas de paz, estabilidad y prosperidad económica, experimentando además grandes avances científicos y técnicos. Es probable que esta circunstancia haya hecho resurgir el mito del progreso y una cierta sensación de que el ser humano es invencible. Sin embargo, la crisis financiera del 2008 acabó con la idea del progreso económico y fue una seria advertencia. La pandemia de la COVID-19 ha vuelto a poner de manifiesto la vulnerabilidad de las personas. Es muy importante que la sociedad trabaje para paliar las trágicas consecuencias de la pandemia, no solo con el fin de reactivar la actividad económica, sino también, y más importante, con el de reforzar el tejido social y ayudar a

los más afectados. En el caso concreto que nos ha ocupado en este cuaderno, deberíamos aprovechar esta ocasión para reflexionar sobre el futuro del turismo y tratar de que la recuperación del sector se construya sobre fundamentos éticos y sostenibles, que pongan a la persona en el centro y cuiden el planeta, nuestra casa común. Al fin y al cabo, sin lugares que visitar, personas que los visiten y personas que acojan a esos visitantes, el turismo deja de tener sentido.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABEAL Vázquez, J. P., Tirado-Valencia, P. y Ruiz-Lozano, M. (2021). The impact and value of a tourism product: a hybrid sustainability model. *Sustainability*, 13(4), 2327. <https://doi.org/10.3390/su13042327>
- ARTARAZ, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Ecosistemas*, 11(2). <https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/614>
- ASAMBLEA General de las Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. [http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
- ASAMBLEA General de las Naciones Unidas. (2001). A/RES/56/212, *Código Ético Mundial para el Turismo*. <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- ASAMBLEA General de las Naciones Unidas. (2015). Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. [https://www.un.org/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=S](https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=S)
- AZCÁRATE, T., Benayas, J., Nerilli, G. y Justel, A. (2019). *Guía para un turismo sostenible. Retos y criterios para la evaluación del sector turístico ante la Agenda 2030*. Red Española para el Desarrollo Sostenible e Instituto de Turismo Responsable. <https://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2019/10/Gui%CC%81a-para-un-turismo-sostenible-REDS-RTI-web.pdf>
- BLANCHARD, L., Hatakeyama, S. y Kawasaki, A. (2021). Making waves: Peace boat Japan as a model of sustainable peace through tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1950737>
- BOOKING.COM. (2021). *Informe turismo sostenible 2021*. <https://news.booking.com/download/1096491/booking.com-sustainabletravelreport-spain.pdf>
- BUTLER, R. (2018). Sustainable tourism in sensitive environments: A wolf in sheep's clothing? *Sustainability*, 10(6), 1789. <https://doi.org/10.3390/su10061789>
- COHEN, E. (2010). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267-276. <https://doi.org/10.1080/09669580208667167>
- COMISIÓN Europea. (2020). *Plan de recuperación para Europa*. [https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe\\_es#una-hoja-de-ruta-clara-hacia-nuevas-fuentes-ingresos-para-ayudar-a-reembolsar-los-prstamos](https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es#una-hoja-de-ruta-clara-hacia-nuevas-fuentes-ingresos-para-ayudar-a-reembolsar-los-prstamos)
- CONFERENCIA Mundial de Turismo Sostenible (1995). *Carta del Turismo Sostenible*. <https://www.biospheretourism.com/assets/arxius/cc909a3b8279ee1838274c43114f54a2.pdf>
- CUMBRE Mundial de Turismo Sostenible (2015). *Carta Mundial de Turismo Sostenible +20*. [https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/carta\\_mundial\\_de\\_turismo\\_sostenible\\_20\\_esp.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/sites/default/files/documents/carta_mundial_de_turismo_sostenible_20_esp.pdf)
- DE LEÓN Smith Inawinapi, C. (2016). Resignificación política del manejo de los recursos naturales en una comunidad indígena de Panamá: Los gunas y el turismo. *Ecología Política*, 52, 45-48. <http://www.jstor.org/stable/26333509>

DELOITTE. (2020). *Informe sobre la contribución social del sector turístico español. En colaboración con SERES.*

<https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/11/Exceltur-Informe-completo-Contribuci%C3%B3n-Social-del-Sector-Tur%C3%ADstico-171120.pdf>

ERIKSSON, J., Noble, R., Pattullo, P. y Barnett, T. (2009). *Putting tourism to rights: A challenge to human rights abuses in the tourism industry.* Tourism Concern. <https://www.humanrights-in-tourism.net/sites/default/files/media/file/2020/rc063putting-tourism-rights-1253.pdf>

EUROPARC Federation. (2014). *EUROPARC Federation Strategy.*

[https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2015/02/EN\\_EUROPARC\\_Strategy\\_2015-2021.pdf](https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2015/02/EN_EUROPARC_Strategy_2015-2021.pdf)

EUROPEAN Travel Commission. (2021). *Encouraging sustainable tourism practices.*

[https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC\\_SUSTAINABLE\\_TOURISM\\_HANDBOOK\\_vs6\\_FINAL.pdf](https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf)

GEBREEGZIABHER Asmelash, A. y Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*, 71, 67-83. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>

GOBIERNO de España. (2021). *Componente 14: Plan de modernización y competitividad del sector turístico.* <https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/16062021-Componente14.pdf>

GONZÁLEZ Reverté, F. (2017). La investigación en el ámbito del turismo sostenible. *Oikonomics*, 7.

<https://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/es/numero07/dossier/fgonzalezr.html>

HIGGINS-DESBIOLLES, F. (2020). The “war over tourism”: Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 551-569. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1803334>

HIGGINS-DESBIOLLES, F., Blanchard, L.-A. y Urbain, Y. (2021). Peace through tourism: Critical reflections on the intersections between peace, justice, sustainable development and tourism. *Journal of Sustainable Tourism*.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1803334>

HOLDEN, A. (2000). *Environment and tourism.* Routledge. <https://doi.org/10.1002/jtr.339>

KUMMITHA, H. R., Kolloju, N., Jancsik, A. y Szalók, Z. C. (2021). Can tourism social entrepreneurship organizations contribute to the development of ecotourism and local communities: Understanding the perception of local communities. *Sustainability*, 13(19), 11031. <https://doi.org/10.3390/su131911031>

LIU, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>

LOUISE Zahra, A. (2011). Rethinking regional tourism governance: The principle of subsidiarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 535-552.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2011.576764>

MARÍN García, S. (2019). *Sostenibilidad y RSC.* Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa, 41. IESE Business School.

<https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0514>

- MIHALIC, T. (2020). Conceptualising overtourism: A sustainability approach. *Annals of Tourism Research*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>
- MULLER, P. y Fontrodona, J. (2021). *Economía circular. Una revolución en marcha*. Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa, 48. IESE Business School. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ST-0609.pdf>
- NUNKOO, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 277-285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2006). *Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos*. <https://doi.org/10.18111/9789284411894>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2012). *Tourism and intangible cultural heritage*. <https://doi.org/10.18111/9789284414796>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2013). *Sustainable tourism for development guidebook. Enhancing capacities for sustainable tourism for development in developing countries*. <https://doi.org/10.18111/9789284415496>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2016). *2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. ¡Guía para celebrarlo juntos!* [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-03/brochure\\_1y2017\\_es\\_web\\_new.pdf?Y6sMhmOp60xz5GLpVDVo09YU1gHRTVv](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-03/brochure_1y2017_es_web_new.pdf?Y6sMhmOp60xz5GLpVDVo09YU1gHRTVv)
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2017). *2017, Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo* [Nota de prensa]. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo (2020a). *AIUa framework for inclusive community development through tourism - Executive summary*. <https://doi.org/10.18111/9789284422135>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2020b). *Convención marco sobre ética del turismo*. <https://doi.org/10.18111/9789284421695>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2020c). *Directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/200606%20-%20UNWTO%20Global%20Guidelines%20to%20Restart%20Tourism%20ES.pdf>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2020d). *Garantizar la ética del turismo tras el COVID-19* [Noticia]. <https://www.unwto.org/es/comite-mundial-de-etica-del-turismo-covid-19>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2020e). *La visión de One Planet para una recuperación responsable del sector turístico*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-12/es-one-planet-vision-responsible-recovery.pdf>
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2020f). *UNWTO recommendations on tourism and rural development – A guide to making tourism an effective tool for rural development*. <https://doi.org/10.18111/9789284422173>

ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2021a). *Antecedentes del Código Ético Mundial para el Turismo*. <https://www.unwto.org/es/antecedentes-del-codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo (2021b). *Desarrollo sostenible*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo. (2021c). *UNWTO inclusive recovery guide – Sociocultural impacts of Covid-19, issue 2: Cultural tourism*. <https://doi.org/10.18111/9789284422579>

PICARD, D. (2015). Making ecotourism sustainable: Refocusing on economic viability. Lessons learnt from the “Regional Strategic Action Plan for Coastal Ecotourism Development in the South Western Indian Ocean”. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 819-837. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1019512>

REMACHA, M. (2017). *Empresa y objetivos de desarrollo sostenible*. Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa, 34. IESE Business School. <https://media.iese.edu/upload/ST0438.pdf>

SECRETARÍA de Estado de Turismo, Gobierno de España. (2021). *Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos*. <https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/00Programa%20PSTD-Conferencia%20Sectorial%20Turismo.pdf>

SØRENSEN, F. y Bærenholdt, J. O. (2020). Tourist practices in the circular economy. *Annals of Tourism Research*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103027>

WORLD Travel & Tourism Council. (2021). *Travel & tourism economic impact 2021. Global economic impact & trends 2021*. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>





Cátedra CaixaBank  
de Sostenibilidad  
e Impacto Social

A Way to **Learn**. A Mark to **Make**. A World to **Change**.