



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Evaluación de la sostenibilidad del turismo español y
análisis de la realidad de los consumidores.**

Presentado por: Lucía Guerrero García

Tutelado por: Jesús Cordobés Puertas

Segovia, 15 de abril de 2024

INDICE

<u>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN, MOTIVACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....</u>	<u>5</u>
1.1. INTRODUCCIÓN	6
1.2. MOTIVACIÓN.....	8
1.3. OBJETIVOS.....	8
1.4. METODOLOGÍA	9
<u>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO - ¿ESTAMOS SOLOS EN ESTO?</u>	<u>11</u>
2.1 ¿QUÉ ES EL TURISMO?	12
2.2 LA CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	14
Tabla 1	16
MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA MOTIVACIÓN	16
Tabla 2	17
MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL ESPACIO	17
Tabla 3	17
MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA DEMANDA	17
Tabla 4	18
MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL TIEMPO	18
Tabla 5	18
MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN OTROS CRITERIOS DE	18
CLASIFICACIÓN	18
2.3 HISTORIA DEL TURISMO EN ESPAÑA.....	19
2.4 IMPACTO DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	22
2.5 QUIÉNES SON LOS PRINCIPALES COMPETIDORES EN MATERIA TURÍSTICA CON ESPAÑA.....	24
Ilustración 1. Evolución de turistas internacionales en el mundo.	25
2.5.1 MERCADOS EMISORES DE GRECIA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA	26
2.5.2 MERCADOS EMISORES DE FRANCIA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	27
2.5.3 MERCADOS EMISORES DE TURQUÍA Y PROMOCIÓN TURÍSTICA	28

<u>CAPITULO 3. CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE</u>	<u>29</u>
3.1 ¿QUÉ ES LA SOSTENIBILIDAD EN EL TURISMO?.....	30
3.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO SOSTENIBLE	31
3.2 TURISMO INSOSTENIBLE	32
3.3 PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO	34
3.4 MEDIDAS SOSTENIBLES DE ESPAÑA Y DE ALGUNOS DE SUS COMPETIDORES EN EL SECTOR TURÍSTICO ...	36
3.4.1 CÓMO APLICA GRECIA LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.	37
3.4.2 CÓMO APLICA FRANCIA LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	38
3.4.3 CÓMO APLICA TURQUÍA LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	39
<u>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE DATOS DE LA ENCUESTA REALIZADA</u>	<u>41</u>
4.1 INTRODUCCIÓN A LA ENCUESTA REALIZADA SOBRE TURISMO SOSTENIBLE	42
4.2 ANÁLISIS DEL PERFIL DEL ENCUESTADO	43
Tabla 6. Creación propia rangos de edad y promedio	43
Ilustración 2. Género de los encuestados.	43
4.3 ANÁLISIS DE LA MATERIA	44
Ilustración 3. ¿Has oído hablar del turismo sostenible?.....	44
Ilustración 4. ¿Qué importancia le das a la sostenibilidad en tus decisiones de viaje?	45
Ilustración 5. ¿Estarías dispuesto a pagar más por un servicio turístico que garantice prácticas sostenibles?.....	45
Ilustración 6. ¿Qué tipo de prácticas sostenibles te gustaría ver implementadas en el sector turístico? o ¿cuáles estarías dispuesto a modificar (en caso de que no lo hagas ya) en tus viajes?	46
Ilustración 7. ¿Qué disposición tendrías para cambiar tus hábitos de viaje para contribuir a la sostenibilidad?	47
Ilustración 8. ¿Qué nivel de importancia das al turismo sostenible en relación con el futuro del planeta?.....	47
<u>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES.....</u>	<u>49</u>
5.1 CONCLUSIONES A NIVEL PROFESIONAL.....	50
5.2 CONCLUSIONES A NIVEL PERSONAL.....	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	53

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS.....	54
-------------------------------	----

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA MOTIVACIÓN	16
TABLA 2. MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL ESPACIO	17
TABLA 3. MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA DEMANDA	17
TABLA 4. MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL TIEMPO	18
TABLA 5. MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN OTROS CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN.....	18
TABLA 6. CREACIÓN PROPIA RANGOS DE EDAD Y PROMEDIO	43

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. EVOLUCIÓN DE TURISTAS INTERNACIONALES EN EL MUNDO	25
ILUSTRACIÓN 2. GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	43
ILUSTRACIÓN 3. ¿HAS OIDO HABLAR DEL TURISMO SOSTENIBLE?	44
ILUSTRACIÓN 4. ¿QUÉ IMPORTANCIA LE DAS A LA SOSTENIBILIDAD EN TUS DECISIONES DE VIAJE?	45
ILUSTRACIÓN 5. ¿ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR MÁS POR UN SERVICIO TURÍSTICO QUE GARANTICE PRÁCTICAS SOSTENIBLES?.....	45
ILUSTRACIÓN 6. ¿QUÉ TIPO DE PRÁCTICAS SOSTENIBLES TE GUSTARÍA VER IMPLEMENTADAS EN EL SECTOR TURÍSTICO? O ¿CUÁLES ESTARÍAS DISPUESTO A MODIFICAR EN TUS VIAJES?	46
ILUSTRACIÓN 7. ¿Qué DISPOSICIÓN TENDRÍAS PARA CAMBIAR TUS HÁBITOS DE VIAJE PARA CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD?.....	47
ILUSTRACIÓN 8. ¿QUÉ NIVEL DE IMPORTANCIA DAS AL TURISMO SOSTENIBLE EN RELACIÓN CON EL FUTURO DEL PLANETA?	47

CAPÍTULO 1.
INTRODUCCIÓN,
MOTIVACIÓN, OBJETIVOS Y
METODOLOGÍA

1.1. Introducción

Según la Organización Mundial del Turismo (en adelante OMT) el turismo es “*un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico*”¹.

Se observa desde hace años que el turismo está afectando a la degradación del entorno por la contaminación, el agotamiento de los recursos o la destrucción de fauna y flora autóctonas, entre otros factores, que produce. Esta es la razón principal por la que desde hace ya varias décadas podemos relacionar directamente los términos turismo y sostenibilidad. Por este motivo me ha parecido una propuesta muy interesante estudiar qué circunstancias habría que cambiar para que el turismo no produjera unas consecuencias tan negativas en los recursos naturales.

Para ello, voy a hacer un análisis en el que estudiaré los términos anteriormente mencionados: la sostenibilidad y el turismo. Será fundamental tratar aspectos como los desafíos ambientales a los que debemos enfrentarnos en esta nueva era, los cambios sociales que debemos afrontar como sociedad, que son constantes y cada vez más continuos y las dificultades económicas a las que debe hacer frente la industria del turismo sostenible.

Si unimos las dos ideas anteriores obtenemos el objeto de estudio de este trabajo: el turismo sostenible. Hoy en día hay una gran problemática en el sector turístico relacionada con el mantenimiento de una buena relación entre la actividad turística y el medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. Es por ello que, dado que soy una preocupada del cambio climático y una amante de la naturaleza en todas sus facetas, he decidido desarrollar mi trabajo fin de grado en torno a dos de mis grandes pasiones: el turismo y la conservación del medio ambiente.

¹ <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#top>

El concepto de sostenibilidad en el turismo comenzó a aparecer en 1983 cuando la Organización de las Naciones Unidas constituyó la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo tras el gran auge del turismo que se estaba generando. Fue en este momento cuando se empezaron a dar múltiples consecuencias negativas como la contaminación o el deterioro de los recursos.

A lo largo de los siguientes años se fueron organizando diferentes actividades en torno al turismo sostenible, como la Cumbre de la Tierra en Río de Janeiro en 1992. Fue la primera vez que se consolidó la Agenda 21 en la que por primera vez se estudiaba la necesidad de crear planes para conseguir la sostenibilidad del turismo. Sin embargo, no fue hasta 1995, en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote, cuando se produjo el primer encuentro dedicado exclusivamente a la sostenibilidad del turismo. Esa conferencia sigue muy vigente hoy en día porque fue allí donde se proclamó por primera vez la Carta del turismo sostenible. En esta carta se establecen dos puntos fundamentales; en primer lugar, se recomienda tanto a los gobiernos estatales como a los regionales formular planes de acción de forma urgente para llevar a cabo un desarrollo sostenible aplicado al turismo y por otro lado, se acuerda elevar al Secretario General de Naciones Unidas la Carta del Turismo Sostenible a fin de que pueda ser asumida por los Organismos y Agencias del sistema de Naciones Unidas así como por las Organizaciones Internacionales con acuerdo de cooperación con Naciones Unidas, para ser sometida a votación en la Asamblea General de Naciones Unidas.²³

²[https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20no%20se,\(Fuente%3A%20Entorno%20Tur%C3%ADstico\)](https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20no%20se,(Fuente%3A%20Entorno%20Tur%C3%ADstico))

³https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/200808/TFG_2022_Notari_Mart%C3%AD_Mar.pdf?sequence=1

1.2. Motivación

Desde hace varios años, vengo observando cómo cada vez la sociedad está más concienciada sobre el cambio climático; la contaminación ambiental, sonora y lumínica; la necesidad de reducir residuos, etc.

Sin embargo, todavía nunca o rara vez he observado a los ciudadanos preocupados por cómo ha de cambiar el turismo en España para hacerlo sostenible a largo plazo.

Es frecuente ver cómo ciudades, como Palma o Barcelona se masifican ante el desembarco de cruceros o ver playas llenas de residuos tras una noche de fiesta relacionada con el turismo de borrachera. Estas prácticas de turismo tan poco sostenibles deben acabar cuanto antes. No es una cuestión fácil para los gobiernos ya que desde hace décadas hemos convertido este tipo de turismo en habitual. Además, es un tipo de turismo con el que se genera dinero muy rápidamente y cuyas consecuencias solo se ven a largo plazo, como estamos descubriendo ahora.

Particularmente, como futura profesional del sector, me preocupa que éste sea el tipo de turismo en el que voy a desarrollar mi profesión. Por eso, a través de este trabajo, pretendo contribuir a que las campañas de sostenibilidad que muchos otros países llevan a cabo desde hace décadas sean asumidas como una obligación por el sector turístico español.

1.3. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer la importancia de desarrollar un turismo sostenible y también compararlo en algunos aspectos con tres de nuestros principales competidores en materia turística. Por otro lado, pretendo analizar las fortalezas y debilidades de las políticas y estrategias que se han ido empleando durante este tiempo con el objetivo de mejorarlas y eliminar en lo posible las prácticas menos sostenibles.

El país objeto de este estudio va a ser España, si bien como hemos dicho anteriormente, en algunos aspectos lo compararemos con Grecia, Francia y Turquía. En cuanto a los objetivos específicos será evaluar el nivel de sostenibilidad de España, analizar algunas de las políticas y prácticas de la sostenibilidad del país y determinar nuevas prácticas de turismo sostenible que sean realistas y se puedan aplicar.

1.4. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo voy a utilizar un método cuantitativo-cualitativo. En la parte cuantitativa recogeré datos y los analizaré, mientras que en la parte cualitativa evitaré la cuantificación y haré los registros mediante la observación y la encuesta.

Antes de nada, estudiaré los indicadores de sostenibilidad que aborden aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo para poder explicar las bases de la sostenibilidad y que en todo momento durante la lectura de este trabajo fin de grado tanto lector como autora tengamos en mente los mismos conceptos.

Como parte del método cuantitativo recopilaré datos oficiales extraídos a partir de fuentes como informes gubernamentales, estudios académicos, periódicos digitales dedicados al turismo u organismos internacionales.

Por otro lado, analizaré las políticas y estrategias que desarrolla el país para promover un turismo sostenible y haré un pequeño análisis del impacto que tienen, con el fin de averiguar si estas políticas son eficaces y si tienen repercusiones positivas o negativas.

Por último, realizaré una encuesta que distribuiré a mi círculo más cercano y haré un análisis de la misma. En esta encuesta pretendo conocer hasta qué punto está dispuesta la sociedad a cambiar sus hábitos en el turismo para hacerlo más sostenible. Se verá también de esta forma qué tanto por ciento está dispuesto a hacer un sobreesfuerzo por garantizar un turismo de calidad a futuras generaciones y por garantizar la conservación del medio ambiente y los recursos de los que disponemos en el país. De la misma manera pretendo

CAPITULO 1

conocer más en profundidad si las políticas y estrategias que se llevan a cabo en España tienen resultados positivos y comprender cómo funcionan actualmente las estrategias y políticas sostenibles en el sector turístico.

**CAPÍTULO 2. MARCO
TEÓRICO - ¿ESTAMOS
SOLOS EN ESTO?**

2.1 ¿Qué es el turismo?

Ya adelantaba en el capítulo introductorio la definición literal de la OMT sobre el concepto turismo, pero ¿no cree el lector que el turismo abarca mucho más? Al leer una definición tan limitada sobre algo tan amplio, considero que muchos aspectos se descuidan. ¿Acaso no debería hablar en esa definición de temas como el uso de los recursos que conlleva el turismo o la interacción inevitable con otros humanos durante esta práctica? ¿Acaso no existen los viajes de salud? Es cierto que el turismo es un término tan extenso que es muy difícil de acotar en una sola definición, por eso, a lo largo de la historia se ha estudiado desde diferentes perspectivas y disciplinas, debido a la complejidad de las relaciones entre los elementos que la forman.

Los primeros economistas en publicar trabajos sobre el turismo como materia de interés universitario fueron los autores berlineses Glucksmann, Schwinck y Bormann. A mi modo de ver la definición más acertada fue la de Arthur Bormann que define el turismo como “*el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo*” (Bormann, 1930).⁴ Con esta definición se puede entender cómo en esos años el turismo comenzaba a existir de manera evidente y a tomar reconocimiento en la sociedad, aunque aún era pronto y estaba solo empezando a desarrollarse. Más tarde se volvió a difundir la idea, pero esta vez con una connotación de viaje, siendo ésta la definición exacta que dieron: “*los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos*” (Burkart y Medlik, 1981, p.3).⁵ En 1994 la OMT recoge todas las definiciones anteriores y las adapta a los tiempos de esa era, siendo la siguiente la nueva acepción para el concepto de turismo: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en entornos distintos al habitual, por un periodo

⁴ <https://www.guiaenturismo.com/definicion-de-turismo/>

⁵ <https://fca.uaq.mx/docs/ConvocatoriasLicenciatura/GuiasPropedeutico/Sesion3LNT.ConceptosGeneralesdelTurismo.pdf>

de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros” (Sancho, 1995, p.46)⁶.

Se pueden establecer varios puntos en común entre las definiciones que los autores dieron sobre el turismo entre principios y finales del siglo XX. Además, estos mismos puntos, como veremos a continuación, se siguen compartiendo con la última definición que dio la OMT, que mencionábamos al principio de este trabajo. Los elementos en común son: un movimiento físico de turistas que se desplazan a un lugar diferente al de su lugar de residencia; durante el tiempo que se hace turismo también se realizan otras actividades; se debe estar en el destino durante un periodo determinado de tiempo y nunca ser permanente; y por último, independientemente de la motivación por la que haya sido producido el viaje, se abarcan multitud de servicios y productos que han sido creados única y exclusivamente para satisfacer las necesidades de los turistas, como por ejemplo, los hoteles o cualquier clase de alojamiento turístico.

En definitiva, desde que el turismo comenzó a ser una práctica habitual se determinó que se debía clasificar de alguna forma en la que hubiera lugar para la infinidad y complejidad de modos en los que se puede manifestar el turismo, tanto a nivel económico como social. De hecho, ya en el año 1930 el economista suizo François Víctor Alphonse Jullien hizo la primera clasificación de la historia del turismo, dividiéndolo en las categorías de turismo estival y turismo invernal. Sin embargo, no fue hasta el año 1993 cuando López Palomeque hizo una gran clasificación que tuvo una gran importancia por varios hechos a los que ahora voy a hacer referencia a continuación⁷. La primera razón de todas es que a través de esta clasificación y esquemas se desarrollaron herramientas que han resultado de mucha utilidad para continuar con las descripciones y explicaciones del turismo. Estas nos ayudan a entender su espacialidad y a detectar las diferencias y similitudes que los turistas pueden tener en función de las motivaciones y los factores de atracción. Además, es crucial destacar que las taxonomías representaban los primeros

⁶ <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

⁷ https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24508w/S1_R02.pdf

hallazgos en el estudio del turismo, marcando un hito al introducir el concepto de especialización en este campo por primera vez.

2.2 La clasificación del turismo

Hoy en día en España no hay una clasificación oficial del turismo, sino que existen clasificaciones generales que se basan en comprender y describir las diversas formas en que las personas eligen viajar y experimentar destinos turísticos. Esta clasificación no está atribuida a una única entidad o autoridad, ya que es una descripción general que se ha desarrollado con el tiempo para reflejar las preferencias y tendencias cambiantes de los viajeros en todo el mundo. En este sentido, se ha observado que España, como uno de los principales destinos turísticos del mundo, ofrece una amplia gama de modalidades turísticas. Aunque esta clasificación es aplicable en todo el mundo, cabe destacar que cada país y región puede tener su propia variante, adaptada a su contexto y oferta turística específica.

La Universidad de Murcia ha elaborado una clasificación del turismo, muy sugerente y socorrida para el sector, Larrosa, Amat y Cortés (2023) han basado la clasificación del turismo en diferentes criterios, algunos de los cuales son la motivación, el espacio, la demanda o el tiempo.⁸ Usan como cimiento de su clasificación la perspectiva de López Palomeque⁹ mencionada anteriormente. En su trabajo señalan que “ *la complejidad propia de la actividad turística explica, además, que no todas las tipologías encuentren un encaje perfecto en los ámbitos temáticos apuntados. Existen modalidades, de hecho, que podrían pertenecer a varios a la vez, y las hay incluso que parecen responder mejor a otro tipo de criterio de clasificación.*” (Larrosa, Amat y Cortés 2023, p. 60). De esta forma tratan de argumentar que es realmente complicado hacer una clasificación del turismo en la que no se deje ningún tipo de turismo fuera de la clasificación ya que el

⁸ <https://revistas.um.es/turismo/article/view/571461>

⁹ https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/114370/1/TET_manual_asignatura.pdf

turismo varía y se renueva constantemente. También justifican que no todas las tipologías encuentran un encaje perfecto en los ámbitos temáticos expuestos, por ejemplo, el turismo de sol y playa es una tipología de motivación derivada del disfrute de la playa y del buen clima, pero a su vez se asocia también con la modalidad espacial por el turismo de litoral. Esto mismo sucede con otras clasificaciones por lo que es importante no encasillarlas y permitir flexibilidad en ese aspecto.

A continuación, con el objetivo de cerrar el capítulo sobre la definición del turismo y su clasificación, creo muy interesante añadir los diferentes cuadros de modalidades turísticas según los criterios de la motivación, el espacio, la demanda o el tiempo que han elaborado Larrosa, Amat y Cortés.

Tabla 1**MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA MOTIVACIÓN**

Criterio de clasificación	Subámbitos y ejemplos de modalidades	Ejemplos de submodalidades
Deporte	Náutico	Turismo de surf
	Nieve	Turismo de snowboard
	Turismo de golf	
	Turismo de escalada	
Cultura	Religioso	Turismo de peregrinaje
	Artes clásicas y contemporáneas	Turismo cinematográfico
	Patrimonio	Turismo de museos
	Sociedad y cultura local	Turismo antropológico
Trabajo	Turismo de congreso y conferencias	
	Turismo de incentivos	
	Turismo de ferias y exposiciones	
	Turismo de reuniones	
Salud	Turismo médico/sanitario	
	Turismo de bienestar	
Observación de elementos de la naturaleza	Geológico	Turismo de cuevas
	Fauna y flora	Turismo botánico
	Turismo climático	
	Turismo astronómico	
Otros	Turismo de sol y playa	
	Turismo de compras	
	Turismo de cruceros	
	Turismo de parques temáticos	
	Turismo de viajes espaciales	

Fuente: Larrosa, Amat y Cortés (2023)

Tabla 2

MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL ESPACIO

Criterio de clasificación	Ejemplos de modalidades	Ejemplos de submodalidades	
De acuerdo con disposiciones territoriales contrapuestas	Litorales, costas y mar territorial	Turismo de litoral	
	Espacios de interior en contraposición a los litorales	Turismo de interior	
De acuerdo con el grado de humanización y urbanización	Espacios naturales	Turismo de naturaleza	Turismo de montaña
	Espacios rurales	Turismo rural	Turismo de pueblos abandonados
	Espacios urbanos	Turismo urbano	Turismo metropolitano

Fuente: Larrosa, Amat y Cortés (2023)

Tabla 3

MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DE LA DEMANDA

Modalidades por	Elementos de clasificación	Criterios específicos	Ejemplos de modalidades
Composición	Demográfico	Edad	Turismo juvenil
		Orientación sexual	Turismo LGTBI
		Estado civil/familiar	Turismo <i>single</i>
		Facultades	Turismo inclusivo
	Cultural	Religión	Turismo islámico
		Subculturas	Turismo <i>hipster</i>
	Socioeconómico	Capacidad de gasto	Turismo <i>premium</i>

Fuente: Larrosa, Amat y Cortés (2023)

Tabla 4**MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN EL CRITERIO DEL TIEMPO**

Criterio de clasificación (periodos temporales de consumo)	Ejemplos de modalidades
Estacional	Turismo invernal
	Turismo estival o turismo de veraneo
Corta duración	Turismo de fin de semana
	Turismo <i>short break</i>

Fuente: Larrosa, Amat y Cortés (2023)

Tabla 5**MODALIDADES TURISTICAS SEGÚN OTROS CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN**

Modalidades por	Elementos de clasificación	Ejemplos de modalidades
Procesos de desarrollo y producción	Según compromiso de desarrollo	Turismo sostenible
	Según resultados e impactos	Turismo de masas
Formas de viaje	Según permanencia en el destino	Turismo sedentario
	Otros	Turismo <i>slow</i>

Fuente: Larrosa, Amat y Cortés (2023)

2.3 Historia del turismo en España

Los inicios del turismo en España se remontan al siglo XIX, como consecuencia de la Revolución Industrial¹⁰, aunque el turismo moderno en España comenzó a desarrollarse en el siglo XX. Antes, el turismo solía ser considerado como una opción exclusiva para las clases sociales más acomodadas. Sin embargo, en el siglo XX, se produjo un cambio significativo en la percepción del turismo, pasando de ser un privilegio de unos pocos a convertirse en un fenómeno accesible para un público mucho más amplio, una especie de "turismo para todos".

Resumidamente, repasemos la evolución temporal del turismo en España:

Durante el siglo XIX el turismo en España empieza a desarrollarse muy tímidamente. Principalmente entre la nobleza y la alta sociedad que tenían un alto nivel adquisitivo. Este turismo se basa fundamentalmente en los balnearios como medio de curación de enfermedades, aunque también se dan viajes en los que la motivación principal era buscar un clima cálido y experiencias culturales.

A partir del siglo XX los motivos principales del impulso del turismo fueron en primer lugar que, durante el reinado de Alfonso XIII se crea la Comisión de Regia de Turismo (1911-1928) en la que se restauran multitud de museos y monumentos y, por otro lado, el gran desarrollo económico del país gracias principalmente a la neutralidad de España durante la Primera Guerra Mundial, por la que pudo mantener relaciones comerciales con ambas partes del conflicto. A lo largo de este periodo se produce tal crecimiento del turismo de sol y playa que genera la aparición de empresas dedicadas al turismo y la construcción de infraestructuras. Durante el mandato del rey Alfonso XIII también se crea el Patronato Nacional de Turismo (1928-1936), cuya finalidad principal es gestionar de manera eficiente la política turística en España y la promoción de los destinos turísticos

¹⁰https://escholarium.educarex.es/useruploads/r/c/50209/scorm_imported/52424635115958138436/3_la_industrializacin_en_espaa.html#:~:text=La%20Revoluci%C3%B3n%20Industrial%20empez%C3%B3%20en.hasta%20mediados%20del%20siglo%20XIX.&text=El%20sector%20industrial%20m%C3%A1s%20potente,desde%20antes%20del%20siglo%20XIX

españoles tanto dentro como fuera del país. En 1936 estalla la Guerra Civil, el turismo se paraliza y la economía del país sufre graves consecuencias (Pazos, 2017)¹¹.

En 1940, tras la Segunda Guerra Mundial y bajo la dictadura franquista, España queda totalmente aislada de los países democráticos. Durante 1946 Francia llegó a cerrar sus fronteras con España, la ONU tomó medidas para presionar al régimen y forzar su fin y un año después el país fue excluido del Plan Marshall. Frente al bloqueo internacional debido a todos los antecedentes, el turismo se convierte en el único contacto de España con el resto de los países. El Régimen totalitario se ve forzado a flexibilizar su postura con el fin de obtener respaldo de los países más poderosos a nivel internacional y a partir de 1948 el país va saliendo del bloqueo.

Hasta 1960 que se inicia el boom turístico, los datos turísticos eran realmente bajos debido principalmente al aislamiento internacional que sufrió el país tras terminar la Segunda Guerra Mundial y al deterioro producido por la Guerra Civil Española en las infraestructuras de transporte y hospedaje, incluyendo carreteras y vías férreas.

Como he mencionado anteriormente, a partir de 1960 comienza el auge turístico en España, denominado el "boom turístico español". Este movimiento afianza el modelo turístico de sol y playa y provoca un aumento muy significativo del número de turistas extranjeros que visitan el territorio español, lo que conlleva también un aumento de la economía.

En los años 70 hay una grave crisis del petróleo que conlleva un aumento considerable su precio y hace que decaiga levemente la economía del sector turístico; y en 1975 muere Franco. La inestabilidad económica y política del país hacen que disminuyan el número de turistas que llegan. Al finalizar la dictadura franquista se nombra jefe de Estado al rey Juan Carlos I, momento en el que se dan numerosos cambios sociales, políticos y económicos.

¹¹ <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf?sequence=1>

Se mejoran durante esta década las infraestructuras tanto de transporte como de hospedaje y se crean paquetes turísticos para el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO).

La adhesión de España a la Unión Europea en 1986 contribuyó a una mayor simplificación de los desplazamientos turísticos. Las competencias sobre turismo se ceden a las Comunidades Autónomas y a la iniciativa privada. Se crea la figura de Turespaña, un organismo encargado de promocionar a España como marca en el extranjero.

En la década de los 90 el turismo ya suponía un 8% del PIB de nuestro país. La demanda continúa siendo principalmente europea y la principal motivación el desplazamiento vacacional por turismo de sol y playa. En 1992 por primera vez se lleva a cabo una estrategia política de turismo, el Plan de Turismo "FUTURES I". El propósito de esta política era fortalecer la industria turística en España a través de iniciativas y apoyos destinados a mejorar la infraestructura hotelera y promover la expansión de las empresas turísticas españolas, particularmente en el Caribe.

Desde el año 2000 hasta 2020 el sector turístico español ha vivido el antes, durante y después de una crisis económica. Posicionamos el año 2007 como precedente de la crisis económica, momento en el que según el Instituto Nacional de Estadística (INE) se llega a la cifra de 59 millones de turistas y un año después, en 2008, se desploma la cifra a 53 millones a consecuencia de la crisis.¹² Hasta 2013 no comienza la recuperación económica ni tampoco el incremento del número de turistas nacionales e internacionales que llegan a España. Es importante destacar que, después de la crisis, la industria turística de España ha experimentado un fortalecimiento y una consolidación respaldada por diversos factores, convirtiéndose en un pilar dinámico de la economía del país que establece constantemente récords anuales.¹³

¹² <https://www.ine.es/prensa/np533.pdf>

¹³ <https://ojs.ehu.eus/index.php/HC/article/download/5934/5614>

En 2020 España se vio afectada por la pandemia de COVID-19. España implementó restricciones de viaje, cierres de fronteras y medidas de confinamiento para contener la propagación del virus. Esto tuvo un impacto negativo en la industria turística. Sin embargo, a medida que la situación sanitaria mejoró y las restricciones se flexibilizaron, España comenzó a reabrir sus destinos turísticos y a recibir turistas nuevamente. Se implementaron protocolos de seguridad sanitaria en hoteles, restaurantes y atracciones turísticas para garantizar la seguridad de los visitantes.¹⁴

2.4 Impacto del COVID-19 en el sector turístico

El 14 de marzo de 2020 el Gobierno de España con su presidente Pedro Sánchez a la cabeza, declaraba el estado de alarma en todo el territorio para afrontar la situación de emergencia sanitaria provocada por la COVID-19. Esta situación se prorrogó hasta el 21 de junio de ese mismo año. Después, durante la “nueva normalidad” se implementaron medidas inmediatas de prevención, contención y coordinación con el objetivo de continuar combatiendo y manteniendo bajo control la pandemia. Finalmente, el Consejo de Ministros aprobó una resolución el 5 de julio de 2023 en la que se estableció que la crisis sanitaria derivada de la COVID-19 había llegado a su fin.¹⁵

Tras la pandemia el objetivo era recuperar los volúmenes de actividad anteriores a la misma, aunque esta vez bajo un nuevo contexto de turismo que trazó el Secretario General de la OMT: “esta crisis nos da la oportunidad de replantearnos cómo ha de ser el sector turístico y su aportación a las personas y al planeta; la oportunidad de que, al reconstruirlo, el sector sea mejor, más sostenible, inclusivo y resiliente y que los beneficios del turismo se repartan extensamente y de manera justa” (Pololikashvili, 2020)¹⁶.

¹⁴ <https://aecr.org/es/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-sector-turistico/>

¹⁵ https://administracion.gob.es/pag_Home/atencionCiudadana/Crisis-sanitaria-COVID-19.html#:~:text=El%20Gobierno%20aprob%C3%B3%20el%2014,21%20de%20junio%20de%202020.

¹⁶ <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

Indudablemente esta crisis sanitaria deja una industria más vulnerable económicamente cuyas secuelas son:

- Un incremento notable en la deuda reflejado en el hecho de que las empresas turísticas han obtenido aproximadamente 1.900 millones de euros de fondos proporcionados por la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) para apoyar a las empresas que han sufrido debido a la pandemia de COVID-19.
- La existencia de empresas que están luchando por mantenerse a flote y se enfrentan a la insolvencia, además de afrontar dificultades significativas para vender activos, como hoteles y negocios de alquiler de vehículos.

En este contexto, la búsqueda de personal cualificado y en cantidad suficiente se ha convertido en un desafío considerable para las empresas turísticas.¹⁷

Otro aspecto relevante es la transformación experimentada por la industria turística en los últimos años y cómo hemos llegado a esta situación actual en la que el sector ha descubierto nuevas formas de atraer turistas y ofrecerles sus servicios. Han surgido nuevas tendencias y enfoques en la industria turística que, en el pasado, no habían despertado un gran interés en de los viajeros. Hasta el año 2020, lo más común era el turismo de masas, pero gradualmente ha emergido el turismo rural como una alternativa que ha ido ganando terreno. El tipo de turismo en alza actualmente es el agroecoturismo que engloba a la agricultura y la sostenibilidad en busca de experiencias diferentes a las que ofrece el turismo convencional. En cuanto al alojamiento, en los últimos años, el turismo ha experimentado cambios significativos, destacando la proliferación de nuevas formas de alojamiento, como los apartamentos turísticos. Esto ha ampliado las opciones

¹⁷<https://www.eleconomista.com.mx/turismo/Como-ha-cambiado-el-turismo-en-Espana-despues-de-la-pandemia-20221210-0020.html>

para los viajeros, ofreciendo flexibilidad en horarios y precios más asequibles en comparación con los hoteles tradicionales. Estos cambios reflejan una evolución en la forma en que las personas disfrutan de sus vacaciones y han contribuido a una mayor diversidad en la industria turística.¹⁸

2.5 Quiénes son los principales competidores en materia turística con España

El sector turismo es un importante motor de crecimiento económico, desarrollo empresarial y creación de empleo. Es uno de los sectores económicos más importantes del mundo y representa el 9% del PIB mundial¹⁹.

En el año 2023, España mantiene su estatus como un destino turístico destacado en Europa y a nivel global. No obstante, la competencia en la industria turística puede experimentar cambios a lo largo del tiempo, influida por diversos factores como tendencias económicas, políticas, sanitarias y de mercado. Algunos de los competidores tradicionales de España en turismo son: Francia, Italia, Portugal, Grecia, Croacia, Turquía, Egipto y Marruecos. En la siguiente gráfica se puede observar lo fluctuante que es la evolución de turistas internacionales en el mundo, año a año, tras el COVID (2019-2023).

¹⁸ <https://www.hosticasa.com/blog/evolucion-turismo/>

¹⁹ https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_844436/lang--es/index.html



Ilustración 1. Evolución de turistas internacionales en el mundo.

Fuente: <https://www.enterat.com/ocio/paises-mas-visitados-mundo.php>

Me voy a centrar en Grecia, Francia y Turquía como principales competidores de España a nivel turístico. Grecia, ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, especialmente debido a la disminución de popularidad de los principales competidores en el Mediterráneo Oriental. Los touroperadores europeos han depositado y continúan depositando su confianza en este país que ha emergido como un destino de refugio frente a otras opciones. Francia, es competidor directo de España debido a la proximidad geográfica, la rica oferta de atracciones turísticas, la cultura, la gastronomía y la diversidad de experiencias que ambos destinos ofrecen. Turquía, es el gran rival de España por capacidad de plazas y sus hoteles todo incluido, que resultan muy atractivos para las familias europeas.²⁰

Como señalé antes, España ha mantenido su posición como uno de los principales destinos turísticos en Europa durante muchos años, pero para poder replicar el éxito cosechado y hacer frente a los nuevos desafíos ha sido necesario hacer un estudio sobre

²⁰ https://www.hosteltur.com/109642_los-destinos-competidores-que-plantan-cara-a-espana.html

los recursos turísticos, las infraestructuras, las atracciones y la calidad y competitividad de las infraestructuras de hospedaje. Con el propósito de España siga siendo uno de los principales destinos turísticos es necesario hacer análisis y mejora de las acciones de promoción que se realizan en el extranjero con el objetivo de atraer a mercados objetivos²¹. Sin embargo, me centraré en otro aspecto que es comprender mejor a los "rivales", es decir, a aquellos países que compiten con España por atraer y retener turistas mediante ofertas de 'sol y playa', cultura, gastronomía, atracciones y relajación. En este sentido, analizaré cuáles son los tres principales mercados emisores de nuestros destinos competidores, Grecia, Francia y Turquía, para determinar si existe coincidencia con algunos de los 'mercados fuente' o emisores de España y las estrategias de promoción turística que usan para publicitarse en el ámbito internacional.

2.5.1 Mercados emisores de Grecia y promoción turística

En la orilla norte del Mediterráneo, Grecia cerró el año 2022 con una afluencia turística total de 27,87 millones de visitantes, consolidándose como uno de los principales competidores de España en la región. La mayoría de estos turistas fueron británicos y alemanes, aunque también hubo un aumento notable de los turistas procedentes de países no pertenecientes a la Unión Europea²². El turismo es uno de los principales motores económicos del país y supone un 18% del PIB²³. En comparación con España, y a pesar de estar ubicadas en diferentes regiones, tienen características geográficas muy similares: ambos países tienen abundantes playas y zonas montañosas, con una línea costera de gran extensión a lo largo del mar Mediterráneo y, además, debido a la latitud en la que se encuentran tienen climas mediterráneos notablemente parecidos, caracterizados por veranos cálidos y secos e inviernos suaves y húmedos.

²¹https://www.tourinews.es/competidores/destinos-turisticos-competidores-espana-en-la-sombra_4450719_102.html

²²https://www.hosteltur.com/155694_grecia-recibio-en-2022-un-89-mas-de-turistas-hasta-aproximarse-a-los-28-m.html

²³https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/011/documentos/2023/08/fs-turismo/FS_Turismo%20en%20Grecia%202023_REV.pdf

Grecia se erige como un destino atemporal que ha cautivado a viajeros durante siglos. En la era post-COVID, este encantador país mediterráneo se presenta con una nueva vitalidad, ofreciendo una experiencia turística revitalizada y segura. Tras la crisis sanitaria apenas había contabilizado 3000 casos de coronavirus y menos de 200 muertos, por lo que desarrolló campañas de promoción turística dirigidas principalmente a Europa del norte, pero también a los Balcanes y los países bálticos, asegurando que se trataba de un país seguro para disfrutar de las vacaciones. La campaña principal consistió en la bajada del IVA, del 24% al 13% en los billetes de transporte urbano e interurbano para trasladar la idea de que hacer turismo en Grecia era más barato y seguro sanitariamente²⁴.

2.5.2 Mercados emisores de Francia y promoción turística

Francia, líder mundial en turismo por la cantidad de visitantes internacionales, estima concluir el año 2023 con una cifra de entre 78 y 80 millones de turistas extranjeros, superando las cifras del año 2022, cuando registró 75 millones de turistas. En el transcurso del último año se ha evidenciado un incremento notable de pasajeros en vuelos de largo recorrido, destacando la presencia creciente de viajeros estadounidenses y asiáticos. No obstante, las nacionalidades europeas continúan siendo preponderantes, con Alemania, Reino Unido y Bélgica destacando como los principales mercados emisores.

Con el objetivo de revitalizar el turismo receptivo tras los estragos de la crisis sanitaria en 2020, se ha concebido el ambicioso proyecto "Destino Francia" para el año 2022. Esta iniciativa, respaldada con una inversión de 1.900 millones de euros distribuidos a lo largo de la próxima década, tiene como eje central impulsar la recuperación de la actividad turística. Además, busca catalizar la transformación del sector mediante la innovación y la digitalización, al mismo tiempo que aspira a consolidar a Francia como el líder mundial en destinos sostenibles. Los recursos asignados se canalizarán hacia un plan de comunicación internacional enfocado en resaltar los atractivos del país y los eventos deportivos de renombre, la expansión del "*slow* turismo" y del cicloturismo, la creación de una nueva clasificación hotelera que refuerce los criterios de sostenibilidad y el

²⁴ <https://forumnatura.org/2020/06/03/portugal-grecia-y-croacia-se-ofrecen-como-destinos-covid-free/>

respaldo a las empresas emergentes en este sector. Este enfoque integral busca no solo recuperar la vitalidad turística, sino también sentar las bases para un futuro más sostenible e innovador en el panorama turístico francés²⁵.

2.5.3 Mercados emisores de Turquía y promoción turística

Turquía, destaca como uno de los destinos más visitados a nivel mundial y ejerce un imán sobre viajeros procedentes de todos los rincones del planeta, gracias a su rica herencia histórica y cultural. Según las cifras publicadas por el Gobierno turco, recibió la cantidad 50,5 millones de turistas en 2022, aumentando en un 71% los datos del año anterior²⁶. Este dato tuvo un impacto directo en los ingresos, especialmente provenientes de los mercados estadounidense, alemán, británico, francés e iraní.

En el año 2022, Turquía participó activamente en la feria FITUR a través de la Agencia de Promoción y Desarrollo Turístico de Turquía (TGA), presentando ante visitantes profesionales y consumidores los nuevos proyectos y propuestas del país para ese período. Además, se proclamó como el "Año del Turismo Gastronómico", poniendo en el centro de su promoción internacional la diversidad y la riqueza culinaria que caracteriza a Turquía. Simultáneamente, el país focalizó sus esfuerzos en los conceptos de seguridad y confianza, fundamentales para la estrategia de posicionamiento en los mercados turísticos internacionales²⁷.

²⁵https://www.hosteltur.com/149953_francia-invertira-1900-m-en-10-anos-para-impulsar-el-turismo.html

²⁶<https://es.euronews.com/business/2023/02/27/turquia-o-un-pais-con-multiples-atractivos-turisticos-que-ofrece-seguridad-a-los-turistas#:~:text=Seg%C3%BAAn%20las%20%C3%BAltimas%20cifras%20publicadas,un%20notable%20aumento%20del%2071%20%25>.

²⁷https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/028096_turquia-turkiye-presenta-sus-novedades-en-fitur-2022.html

CAPITULO 3. CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE

3.1 ¿Qué es la sostenibilidad en el turismo?

A continuación, con una comprensión general de lo que implica el turismo en la actualidad, después de haber explorado su evolución desde sus inicios y evaluado el impacto del COVID-19 en el sector, abordaré la cuestión de la sostenibilidad en el turismo. ¿Has reflexionado alguna vez sobre el impacto que generamos al viajar a nuestro destino soñado o al embarcarnos en la aventura que tanto anhelamos? El sector turístico es uno de los que presenta un mayor impacto negativo en el medio ambiente, pero por suerte, cada vez somos más las personas, empresas y autoridades concienciadas con esta causa que apostamos por los viajes sostenibles y el turismo responsable. El turismo es uno de los pilares fundamentales de la economía española y debemos cuidarlo y mantenerlo, ya que representa cerca del 12% del PIB²⁸.

Aunque seguro que más de una vez has oído hablar del turismo sostenible y del turismo responsable quizás no conoces con claridad en qué se diferencian ambos términos. Por un lado, la OMT define el turismo sostenible como *“el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”*²⁹, es decir, para que el turismo sea sostenible debe tener un impacto positivo recíproco, en los viajeros, en la comunidad y en el entorno. Sin embargo, la definición de turismo responsable no es tan precisa, sino que simplemente consiste en la existencia de un compromiso con el entorno, tratando de minimizar los impactos negativos que produce el mismo hecho de viajar. En definitiva, ambas definiciones están relacionadas directamente y si no se obedece una, tampoco será posible llevar a cabo la otra. En definitiva, el turismo sostenible es una forma muy imprecisa de entender y ver el turismo, ya que al tener gran parte de factor humano es difícil concretarlo respetando e incluyendo todas las opiniones.

Pero entonces, ¿Cuándo se empezó a hablar de turismo sostenible? Esta idea no se originó de forma aislada, sino que empezó a formarse como concepto a partir de 1983.

²⁸ <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-20230117135150.html>

²⁹ https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf

Este fue el año en el que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) fundó la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Durante los siguientes años se celebraron varias actividades por todo el mundo y en 1992 se celebró la Cumbre de la Tierra en Brasil de la que resultó la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Agenda 21³⁰. Esta última es un compromiso de actuar hacia la mejora ambiental continua del municipio, que se manifiesta a través de la elaboración de un Plan de Acción Local, determinando unos objetivos y estrategias comunes en las políticas municipales. Los principios del proyecto eran: la integración de la sostenibilidad en todos los campos de la gestión municipal; la continuidad, ya que es un proyecto a largo plazo; y la participación y movilización de la cooperación entre los agentes sociales, económicos e institucionales. Sin embargo, aunque ya se tenían proyectos claros, aún no se había celebrado ningún encuentro dedicado a la sostenibilidad. No fue hasta 1995 cuando se celebró la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible en Lanzarote. En ella se proclamó la “carta del turismo sostenible” en la que se establecen los principios de los planes de acción que se desarrollarían más adelante. Principalmente se basan en la economía, la sociedad y el medioambiente.

3.1.1 Características del turismo sostenible

Para lograr un turismo sostenible será fundamental basarlo sobre estos tres pilares:

- El económico, ya que los lugares turísticos fundamentalmente son productos que la comunidad local aprovecha para sacar rentabilidad. Por tanto, es importante proteger y cuidar el lugar con el objetivo de aportar a la comunidad un desarrollo económico duradero.
- La sostenibilidad medioambiental, que impulsa el mantenimiento y la conservación del entorno natural. Evita que se produzcan daños irreversibles en el medio que lleven al deterioro y destrucción del destino turístico. La sostenibilidad en este aspecto contribuirá al equilibrio de la actividad económica.
- La cuestión sociocultural. Debemos entender este aspecto en su doble vertiente social y cultural. Ambas son fundamentales para el desarrollo del turismo, debido a

³⁰https://www.bilbao.eus/cs/Satellite/agenda21/Que-es-la-Agenda-21/es/100078599/Contenido_Detalle#:~:text=La%20Agenda%20Local%2021%20es,comunes%20en%20las%20pol%C3%ADticas%20municipales.

que la población receptora involucrada en la actividad tiene que aportar nuevas ideas para aumentar la atracción del destino turístico. Es muy importante la buena relación entre la población local y los turistas, ya que el intercambio cultural entre los dos es una parte esencial de la actividad turística.

El objetivo principal de estos tres pilares básicos para llevar a cabo una estrategia de turismo sostenible es el de estabilizar la industria turística, con el fin de que el sector sea duradero y rentable.

3.2 Turismo insostenible

Para lograr entender la importancia del turismo sostenible me parece fundamental hacer un análisis de lo contrario: el turismo insostenible. De esta forma podremos entender cuáles son los fallos del turismo tal y como lo practicamos hoy en día. También será más sencillo establecer nuevas herramientas y métodos para la correcta implementación de un turismo sostenible. Y, por último, conocer los fallos económicos, medioambientales y sociales del turismo actual nos hará concienciarnos de la importancia del cambio que se debe realizar para lograr la sostenibilidad turística.

Como defensora del turismo soy consciente de que tiene muchos aspectos positivos como por ejemplo la riqueza que genera, que pone en contacto culturas o que promueve la generación de empleo. Pero también, tiene otros aspectos muy negativos como el agotamiento de los recursos, el deterioro de la biodiversidad y fauna del territorio, la contaminación arquitectónica, etc. Es por ello, que es momento de hacer una transformación del modelo turístico que vivimos de forma global en estos momentos y priorizar la sostenibilidad de los territorios turísticos.

Hablamos de turismo insostenible cuando vemos localidades en las que los residentes autóctonos han abandonado la zona para dar paso a los nuevos apartamentos turísticos, cuando la churrería de toda la vida cierra para que se instale una franquicia de restauración o cuando visitamos lugares masificados debido a la llegada de cruceros. Es un aspecto

preocupante también la cantidad de dinero generado por el turismo que nunca llega a manos del comercio local, ya que generalmente nos resulta más económico comprar un *souvenir* con el etiquetado Made in China, es menos arriesgado ir a comer a una franquicia y es más sencillo contratar el viaje desde una agencia en nuestro país de origen.

Concretamente en España debemos tomar medidas con urgencia. La oferta turística de nuestro país está basada en cinco grandes tipos: sol y playa, cultural y urbano, MICE³¹, deportivo y rural. Este enfoque busca incrementar el flujo de turistas y fomentar estancias más prolongadas con un gasto más elevado, con el propósito de disminuir los costes fijos para los empresarios del sector turístico. En España, la estacionalidad es un desafío significativo, con la mayoría de las llegadas concentradas entre junio y septiembre, principalmente debido a la popularidad del turismo de sol y playa durante esos meses. Por otro lado, cerca del 80% de la oferta hotelera en el país se encuentra ubicada en lugares del litoral, lo que ha dado lugar a la concentración de actividades turísticas en zonas costeras creando un paisaje altamente urbanizado, modificado por la actividad humana, lo que impacta en las características naturales y dinámicas de los sistemas litorales.³²

Desde mi perspectiva, sería beneficioso diversificar la oferta turística en los destinos de sol y playa, incorporando actividades culturales, eventos MICE o deportivos para ofrecer una experiencia más completa al turista, que vaya más allá del típico descanso en la playa. Además, considero fundamental aprovechar las nuevas tecnologías tanto en los destinos turísticos como en los alojamientos y servicios, ya que los turistas cada vez demandan y esperan una mayor digitalización y conectividad. Asimismo, es crucial que los hoteles y servicios turísticos se esfuercen por respetar el medio ambiente y la comunidad local, como parte de un enfoque sostenible y responsable hacia el turismo.

³¹MICE es un acrónimo inglés que hace referencia al turismo de negocios: reuniones, congresos, convenciones, incentivos, exhibiciones o eventos. Las siglas que forman la palabra MICE hacen referencia a Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions.

³²https://www.hosteltur.com/comunidad/004294_claves-de-la-insostenibilidad-del-turismo-espanol-y-sus-posibles-alternativas.html

3.3 Planes de sostenibilidad turística en destino

Inspirado en la Agenda 2030 y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas surgió el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (en adelante, PRTR), aprobado en el año 2023. Este plan fundamentalmente trata de suavizar el impacto provocado por la pandemia sanitaria y de que los países puedan adaptarse más fácilmente al nuevo escenario postpandemia. En él se detalla una agenda de inversiones y reformas en las que se concretan las metas, objetivos e indicadores para su seguimiento y control. Está asentado sobre cuatro ejes transversales: transición ecológica, transformación digital, cohesión territorial y social, y la eliminación de las brechas de género. Se encuentra muy relacionado con el turismo sostenible en varias de las condiciones que debe cumplir el plan como, por ejemplo, la de movilidad sostenible, segura y conectada o el plan de modernización y competitividad del sector turístico.³³

Otro de los planes que ha llevado a cabo España para promover la sostenibilidad turística ha sido la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos, creada en 2021. En él se determina la forma en la que las administraciones turísticas estructuran, planifican, desarrollan y evalúan las actuaciones necesarias para transformar los destinos turísticos españoles hacia la sostenibilidad. Los objetivos generales de estas estrategias son:

- Apoyar a los destinos turísticos españoles, independientemente de su escala y tipo de demanda, durante la transformación que deberán llevar a cabo para adaptarse a la nueva oferta de sostenibilidad medioambiental, socioeconómica y territorial.
- Lograr una mayor cohesión territorial fomentando la integración y colaboración entre los distintos destinos dentro de cada territorio, de manera que los beneficios y oportunidades generados por el desarrollo turístico se extiendan más allá de las fronteras de cada región.

³³ <https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/paginas/plan.aspx>

La Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos se implementa a través del Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (en adelante, Planes Territoriales). En ellos deben participar los tres niveles de administración turística: administración general del Estado, comunidades o ciudades autónomas y entidades locales. Son fundamentalmente diseñados y promovidos por las autoridades locales. En ellos se busca llevar a cabo intervenciones integrales en áreas específicas con el objetivo de constituir de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en la gestión de destinos turísticos. Para ello buscan desarrollar un nuevo enfoque turístico que se posiciona como el eje central para la configuración integral del destino turístico, que destaque la sostenibilidad en sus tres dimensiones principales: medioambiental, socioeconómica y territorial. Se llevan a cabo en destinos turísticos de sol y playa, urbanos y rurales. Se permite la configuración de respuestas específicas a los desafíos de la sostenibilidad turística en cada territorio y destino. Esto se realiza en el ejercicio de las competencias relacionadas con la planificación turística, abordando aspectos clave como la transición verde, la transición digital y la competitividad de los destinos. Los Planes Territoriales actúan como herramientas de colaboración entre la Administración General del Estado (AGE), las Comunidades Autónomas (CCAA), los Entes Locales (EELL) y el sector privado.

La intervención de los Planes Territoriales va a ser articulada por medio de dos instrumentos:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD): Su diseño y ejecución pertenecen a los entes locales de cada uno de los destinos. Están enfocados en abordar los desafíos específicos de los destinos, los cuales están interconectados con los objetivos establecidos en la actual estrategia, así como con los documentos estratégicos a nivel estatal y autonómico en el ámbito turístico. El periodo de duración es generalmente de tres años.
- Actuaciones de Cohesión entre Destinos (ACD): Estas intervenciones representan acciones que ayudan a complementar, conectar o cohesionar las iniciativas turísticas dentro de cada comunidad autónoma. Deben estar enfocadas en generar o fortalecer sinergias entre los PSTD dentro de una misma comunidad autónoma o con aquellas limítrofes. También tienen el propósito de completar, relacionar de manera transversal o cohesionar las intervenciones en el destino, fomentando la agregación

de productos y contribuyendo a su fortalecimiento mutuo. De manera excepcional, las ACD pueden incorporar acciones transfronterizas después de negociaciones con la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR). Asimismo, podrán incluir la implementación de objetivos y acciones con un alcance autonómico. Su periodo de duración es de hasta un máximo de tres años.³⁴

3.4 Medidas sostenibles de España y de algunos de sus competidores en el sector turístico

Durante décadas, España ha sido uno de los destinos turísticos más populares a nivel mundial. La costa del Sol, las islas Baleares o las islas Canarias son ejemplos de los destinos favoritos de los turistas nacionales e internacionales que vienen a nuestras playas a buscar sol y mar. Esto ha generado miles de millones de euros para el país, pero también estamos viendo ahora las consecuencias fatales de un turismo masivo que, cada vez más, está deteriorando los recursos del país. Debido a la gran preocupación que ha generado este problema, España está tomando medidas para adoptar un enfoque más sostenible hacia el turismo.

Algunas de las medidas más populares y efectivas que se están llevando a cabo son:³⁵

- Diversificación de destinos: Se busca promover destinos menos explorados para aliviar la presión sobre los destinos turísticos más concurridos.
- Regulación del alquiler turístico: La implementación de normativas más rigurosas para el alquiler de propiedades con fines turísticos tiene como objetivo proteger la disponibilidad de viviendas a precios asequibles para los residentes locales.
- Transporte sostenible: Se promueve el uso del transporte público y vehículos eléctricos para disminuir la huella de carbono asociada al turismo.

³⁴https://turismo.gob.es/es-Novedades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf

³⁵<https://diarioresponsable.com/opinion/35891-desarrollo-sostenible-y-turismo-en-espana-desafios-y-oportunidades>

- Turismo responsable: Se fomenta la conciencia sobre prácticas responsables de turismo, instando a los visitantes a respetar tanto el medio ambiente como la cultura local.
- Inversiones en sostenibilidad: Se impulsa la inversión en iniciativas de turismo sostenible y en la preservación y restauración de sitios históricos y naturales.

3.4.1 Cómo aplica Grecia la sostenibilidad en el sector turístico.

En el año 2019 Grecia puso en marcha un Plan Nacional para la Energía y el Clima, como respuesta sostenible a la crisis climática y energética. Su finalidad es la de hacer frente al cambio climático y proteger el entorno natural a través de las fuentes de energía renovables. Con este plan se pretende dejar atrás la descarbonización para 2028. También se prevé que las energías renovables sean la principal fuente de energía de Grecia.

Esta medida además de ser respetuosa con el medio ambiente también es enriquecedora en términos económicos, ya que el coste de producción de las fuentes de energía renovables es inferior respecto al de los combustibles fósiles y la energía nuclear.³⁶

Otro ejemplo de medida práctica a nivel local que ha llevado a cabo Grecia es Astipalea, una isla de tan solo 95 kilómetros cuadrados que multiplica su población por 6 con la llegada de los turistas en verano. Es el caso de un modelo turístico sostenible a través de la movilidad en el que mediante un acuerdo entre Grecia y el grupo Volkswagen se creó un proyecto a largo plazo con el objetivo de modificar el sistema de transporte de la isla pasando por los vehículos eléctricos y las energías renovables. Además de introducir nuevos servicios como los vehículos compartidos, también pretende generar la energía necesaria para éstos a través de fuentes de energía verdes locales, como la solar y la eólica³⁷.

³⁶<https://www.panoramagriego.gr/energia-verde-en-grecia-la-respuesta-sostenible-a-la-crisis-climatica-y-energetica/>

³⁷https://www.hosteltur.com/140394_una-isla-griega-aspira-a-convertirse-en-modelo-de-turismo-sostenible.html

3.4.2 Cómo aplica Francia la sostenibilidad en el sector turístico.

Francia es el tercer país del mundo en cuanto a llegadas de turistas internacionales. El turismo está muy concentrado en torno a los meses de julio a septiembre lo cual hace que las llegadas de turistas sean masivas durante un periodo corto del año.

Durante más de cien años, este país ha mantenido un compromiso firme con la conservación del medio ambiente, estableciendo su primer parque nacional en 1913 (el Parque de la *Bérarde en Isère*). A lo largo del tiempo, ha buscado conciliar el desarrollo económico con la protección de los entornos naturales. En el contexto de una creciente competencia, se lanzó una campaña de comunicación de gran alcance a mediados de 2021, reuniendo esfuerzos como nunca. Por primera vez, *Atout France*, los 13 Comités Regionales de Turismo, las Agencias de Promoción y las Agencias de Turismo del territorio metropolitano francés, junto con varias empresas del sector, se reunieron con el objetivo de posicionar a Francia como el destino ideal para reanudar los viajes. Bajo la marca *#ExploreFrance*, esta campaña de revitalización invitó a los turistas de 10 mercados europeos (Alemania, Bélgica, Reino Unido, Suiza, Países Bajos, Italia, España, Dinamarca, Suecia y Austria) a descubrir en Francia *Lo que realmente importa*. De este modo, la campaña *#ExploreFrance* destacó una oferta turística renovada que se ha adaptado e innovado para satisfacer las nuevas expectativas de los visitantes. La iniciativa resaltó experiencias turísticas innovadoras que apoyaron el *slow travel*³⁸, la exploración de espacios naturales, la cultura y el patrimonio, así como el estilo de vida francés (*art de vivre*)³⁹, todo ello bajo el enfoque de un turismo más sostenible.⁴⁰

Además de lo anterior, algunas medidas prácticas que se han llevado a cabo para fomentar un turismo más responsable y sostenible son:

- Prohibir los vuelos domésticos en rutas que puedan ser cubiertas en menos de dos horas y media en tren.

³⁸Tipo de turismo centrado en la experiencia (lenta, en profundidad, que permite sumergirse de lleno en el ecosistema del lugar que nos recibe) y en la sostenibilidad (sin impacto en el medio ambiente).

³⁹ Arte de vivir

⁴⁰ https://www.hosteltur.com/144956_campana-europea-de-relanzamiento-2021.html

- Crear alojamientos sostenibles a través de la etiqueta ecológica *Ecolabel* de la Unión Europea.
- Animar al viajero a moverse menos buscando profundidad y amplitud en las experiencias.

3.4.3 Cómo aplica Turquía la sostenibilidad en el sector turístico.

Turquía ha sido el primer país que a nivel nacional ha cerrado un acuerdo según el cual desde 2022 hasta 2030 todos los alojamientos deberán estar acreditados por el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (en adelante, GSTC), con el objetivo de diferenciarse como destino sostenible. Llevarán a cabo un plan en tres etapas hasta alcanzar un ecosistema turístico al 100% sostenible.⁴¹

Para ello, han creado certificaciones como ‘*Green Sign*’, reconocido por el GSTC y por la certificación que sirve de guía a los touroperadores (que se llama Hoja Verde).

Por otro lado, la política medioambiental no está afectando negativamente al crecimiento turístico del país sino todo lo contrario, le está beneficiando. Las empresas que son certificadas por el GSTC tienen un mayor nivel de seguridad y credibilidad. Sin una certificación acreditada, los clientes y compradores no tienen la misma seguridad de que la empresa ha sido evaluada mediante un proceso verificado de manera creíble, transparente, imparcial y competente. La certificación acreditada garantiza que se han seguido estándares reconocidos internacionalmente y que se ha llevado a cabo una evaluación rigurosa por parte de una entidad independiente y competente. Esto proporciona una mayor confianza en la calidad, confiabilidad y cumplimiento de los productos o servicios ofrecidos por la empresa certificada.

⁴¹ <https://www.gstcouncil.org/all-tui-hotels-resorts-turkiye-gstc-certified/>

**CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE
DATOS DE LA ENCUESTA
REALIZADA**

4.1 Introducción a la encuesta realizada sobre turismo sostenible

Desde antes de empezar el Trabajo Fin de Grado y durante todo su desarrollo me ha preocupado el impacto real que tienen en la sociedad las medidas que se han ido implementado a lo largo de los años en el país para lograr un turismo sostenible porque, como veíamos al comienzo, en 1983 ya se hablaba del turismo sostenible y se estudiaban los problemas podían aparecer en el planeta si no se tomaban medidas. Desgraciadamente, ya hemos llegado a un punto problemático en el que vemos las graves consecuencias del cambio climático como, por ejemplo: especies autóctonas que se han extinguido, localidades en las que se ha tenido que regular el consumo de agua debido a las graves sequías, o lugares prácticamente inhabitables por las altas temperaturas. Estas preocupaciones junto la posibilidad de trasladar lo estudiado a una parte de mi círculo social que es ajena en su mayoría a cualquier profesión relacionada con el turismo, han sido los motivos fundamentales que me han llevado a hacer esta encuesta.

La encuesta consta de 13 preguntas y fue contestada por 88 personas de diversas edades y sectores muy diferentes. Las primeras 4 preguntas son de tipo informativo para conocer el género, la edad, la profesión y el lugar de residencia del encuestado. El resto de las preguntas se centran en el objeto de estudio. De manera previa a la cumplimentación de la encuesta se informa a los encuestados sobre la materia que se está tratando para asegurarme de que todos los encuestados conocen el tema a tratar.

Una vez recibidas las respuestas, las analizaré y estudiaré el grado de interés y conocimiento que tienen los consumidores en lo relacionado con la sostenibilidad turística. También reflexionaré sobre qué nivel de disponibilidad tiene los encuestados para llevar a cabo cambios en sus hábitos que favorezcan un turismo sostenible.

4.2 Análisis del perfil del encuestado

La edad de los encuestados varía ampliamente, con una distribución que abarca desde los 20 hasta los 77 años. La mayoría de los encuestados tienen entre 50 y 70 años, con algunos más jóvenes y mayores también representados, siendo el promedio de edad de 51 años.

RANGO DE EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
20-35	22	25%
35-50	16	18%
50 - EN ADELANTE	49	56%
TOTAL	87	100%
PROMEDIO	51	

Tabla 6. Creación propia rangos de edad y promedio

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las personas que participaron (94.3%) residen en España, mientras que un pequeño porcentaje vive en otros países como Finlandia, Irlanda y el Reino Unido. Además, el 67% se identifican como mujeres.

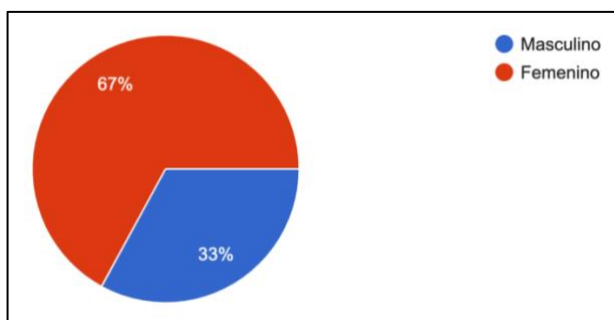


Ilustración 2. Género de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia

Los participantes provienen de una amplia gama de sectores, incluyendo educación, salud, administración, hostelería, informática, entre otros. Algunos están jubilados, mientras que el resto continúan activos en sus respectivas profesiones.

4.3 Análisis de la materia

El objetivo de la encuesta es conocer si estamos dispuestos a cambiar nuestros hábitos para contribuir a la sostenibilidad turística. Por tanto, antes de adentrarme en el tema a tratar, decidí que debía estar segura de que todo el mundo conociera el concepto de turismo sostenible, para lo que lancé la pregunta “¿Has oído hablar sobre el turismo sostenible?”. Para mi alegría el 89.7% de los entrevistados respondieron afirmativamente a esta pregunta, por lo que mi siguiente objetivo fue que tanto aquéllos que habían contestado “sí” como lo que habían contestado “no” tuvieran conocimiento sobre lo que realmente era y asegurar que todos estuviéramos en sintonía refiriéndonos a lo mismo en lo relacionado con la materia.

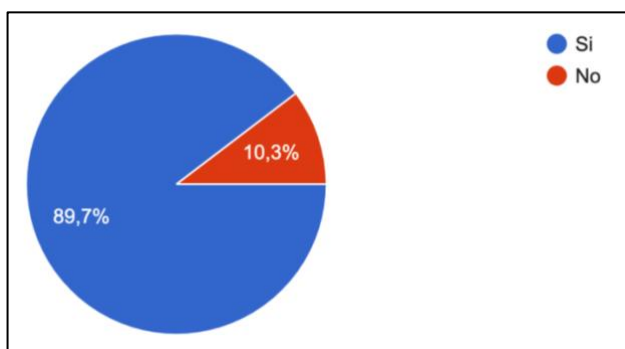


Ilustración 3. ¿Has oído hablar del turismo sostenible?

Fuente: Elaboración propia

La siguiente pregunta, y la primera que me dio valores sobre el turismo sostenible fue, ¿qué importancia le das a la sostenibilidad en tus decisiones de viaje? La mayoría de los encuestados valoraron la sostenibilidad en sus decisiones de viaje, con una distribución que muestra una tendencia hacia valores más altos en la escala, con la mayoría asignando una importancia de 7 u 8 en una escala del 1 al 10. Y, además, según me revelaron los datos el 86.4% estaría dispuesto a pagar más por un servicio turístico que garantice prácticas sostenibles, lo que sugiere un apoyo generalizado a este tipo de iniciativas.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA

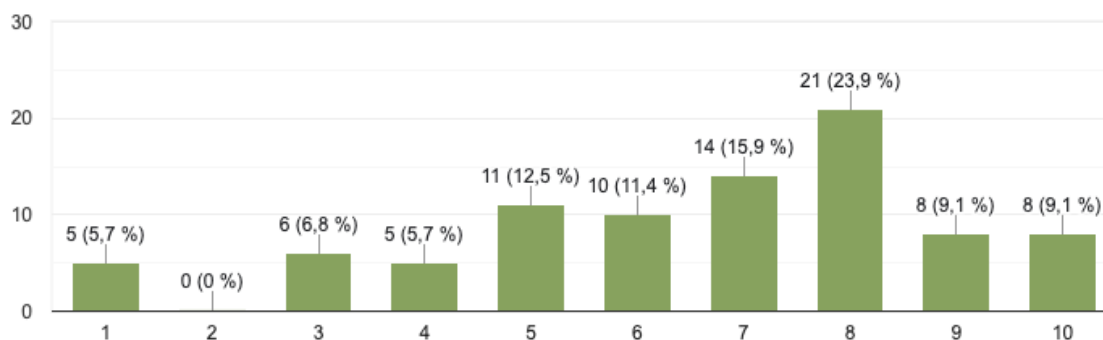


Ilustración 4. ¿Qué importancia le das a la sostenibilidad en tus decisiones de viaje?

Fuente: Elaboración propia

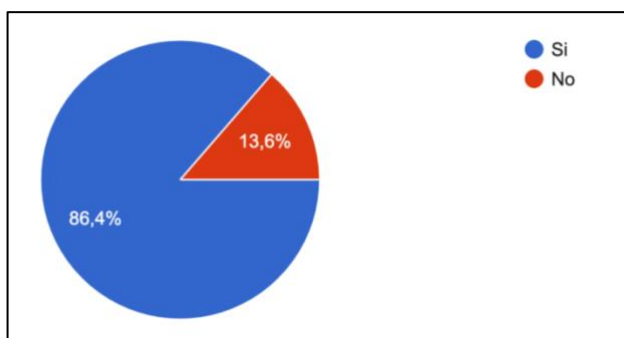


Ilustración 5. ¿Estarías dispuesto a pagar más por un servicio turístico que garantice prácticas sostenibles?

Fuente: Elaboración propia

Con la siguiente pregunta mi intención era mostrar a los participantes algunas de las múltiples posibilidades que existen para cambiar considerablemente algunas de las prácticas más perjudiciales del mundo del turismo por uno más responsable y sostenible. Para ello, planteaba opciones como priorizar el transporte público ante el privado, a lo que tan solo estaba dispuesto un 53.4% de los encuestados; reducir el consumo de plásticos y residuos a través de la eliminación de *amenities* o reducir el cambio diario de las toallas y sábanas que tuvieron gran aceptación con un 87.5% y un 84.1% respectivamente y favorecer el comercio local evitando las grandes cadenas con lo que estuvo de acuerdo el 90.9%.

Sin embargo, destacan dos opciones con las que no más del 30% estaba dispuesto a lidiar: el pago de las tasas turísticas, apoyado por el 29.5%; y el aforo limitado en las playas, votado afirmativamente por el 27.3%. La primera respuesta me sorprende ya que justo en la pregunta anterior la mayoría de los participantes afirmaba estar dispuesta a pagar más por un turismo sostenible, lo que me hace pensar que quizás la población no tiene la información suficiente para saber que el dinero recaudado de las tasas turísticas se usa para crear un fondo destinado a medidas de preservación, desarrollo y promoción de las infraestructuras y actividades turísticas como la conservación del patrimonio entre otras. En cuanto al aforo limitado en playas sería una medida para evitar la masificación en las conocidas o que mayor promoción turística tengan, de forma que el turismo esté más repartido y no se haga un uso excesivo de las más habituales por desconocimiento del resto en casi todos los casos.

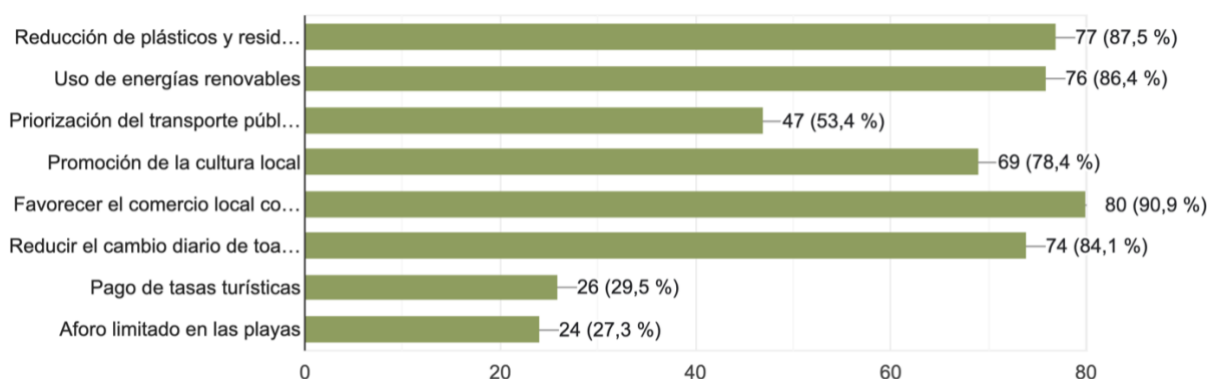


Ilustración 6. ¿Qué tipo de prácticas sostenibles te gustaría ver implementadas en el sector turístico? o ¿cuáles estarías dispuesto a modificar (en caso de que no lo hagas ya) en tus viajes?

Fuente: Elaboración propia

Según relevan las respuestas, el 33% califica con un 8 sobre 10 la disposición a cambiar los hábitos de viaje. Está muy poco repartido ya que 18 personas puntúan su disposición con una nota inferior a 6 mientras que son 70 las personas que puntúan con más de un 7. Por lo que se aprecia como el 74.5% de los participantes están inclinados a hacer cambios en sus hábitos de viaje para contribuir a la sostenibilidad.

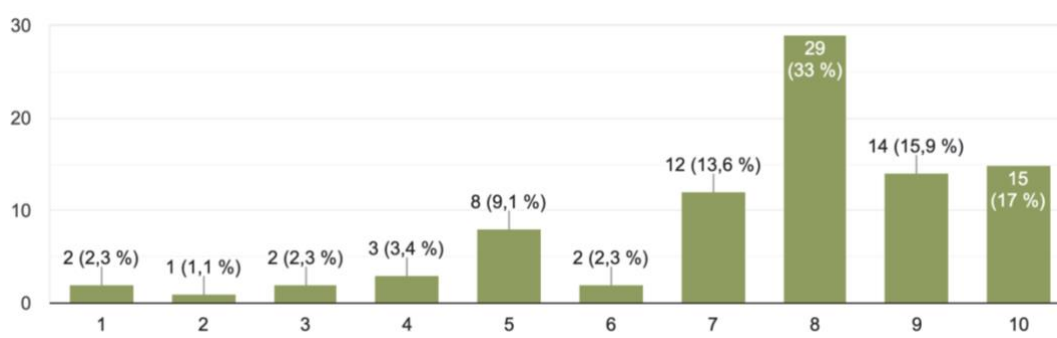


Ilustración 7. ¿Qué disposición tendrías para cambiar tus hábitos de viaje para contribuir a la sostenibilidad?

Fuente: Elaboración propia

Un dato relevante y positivo es que el 92% de los participantes de esta encuesta confiesan ser conscientes de la importancia del turismo sostenible para el futuro del planeta. En general, los resultados sugieren un fuerte apoyo y conciencia hacia el turismo sostenible, así como una disposición a realizar cambios en los hábitos de viaje para contribuir a la sostenibilidad ambiental y cultural.

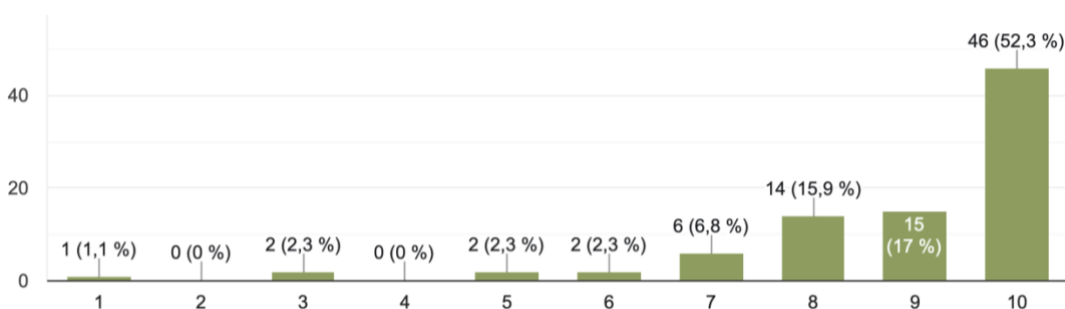


Ilustración 8. ¿Qué nivel de importancia das al turismo sostenible en relación con el futuro del planeta?

Fuente: Elaboración propia

Por último, un punto bastante interesante de la encuesta fue que dejé algunas preguntas abiertas con el objetivo de ofrecer a los participantes un espacio en el que dar su opinión, de forma que también yo pudiera conocer la opinión de los encuestados desde otra perspectiva. Fue muy interesante conocer algunas opiniones y ver cómo la gente estaba dispuesta a opinar y facilitar mejoras o sugerencias.

La pregunta abierta con mayor aceptación positiva en la que participaron 59 de los encuestados fue: ¿qué medidas crees que se pueden aplicar para transformar el turismo actual en sostenible? Algunas de las respuestas más interesantes desde mi punto de vista fueron: promover los destinos locales, aumentar la oferta de actividades sostenibles con un precio asequible y aumentar las restricciones legislativas sobre plásticos; concienciación de la gente en el respeto al medio y a los habitantes de las zonas que se visitan; limitar los cruceros; prohibir los viajes cortos en avión que tengan alternativa en tren; favorecer el consumo de productos de Km. 0; apostar por el turismo más desestacionalizado y deslocalizado que dé oportunidades a otros lugares y culturas. De forma generalizada, las respuestas que más se repitieron entre los encuestados fueron que se debería reducir el uso del avión en aquellos casos en los que sea posible que se sustituya por el tren u otro medio menos contaminante y también se le ha dado mucha importancia al hecho de educar a la población para que tenga mayor conciencia sobre el medio ambiente y las medidas turísticas de desarrollo sostenible. Por otro lado, me sorprenden algunas respuestas como obligar a los hoteles a mantener unos mínimos en la sostenibilidad u obligar a hoteles, cruceros y similares a ser no contaminantes, ya que son muchas las actuaciones que se llevan a cabo desde hace años para invitar y fomentar que las pequeñas y grandes empresas del sector turístico español participen en el desarrollo de un turismo sostenible a través de medidas como por ejemplo, las certificaciones y etiquetas ecológicas en calidad de la bandera verde.

CAPÍTULO 5.

CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones a nivel profesional

A lo largo de todo este trabajo he analizado desde diferentes perspectivas el nivel de sostenibilidad turística de España. No trato ahora de volver a exponer resumidamente todos los puntos desarrollados durante el trabajo, lo que pretendo es poner de manifiesto todo lo aprendido durante el desarrollo de este y poner en común si finalmente España hace todo lo posible por ser un país sostenible en materia turística, si pudiera llevar a cabo más acciones, si sus principales competidores son más sostenibles, cómo percibe la sostenibilidad la sociedad, etc.

Partimos de la opinión de que la mayoría de las actividades humanas son susceptibles de mejora. En primer lugar, queda claro que el turismo sostenible es fundamental para el futuro del sector turístico. La creciente conciencia sobre los impactos negativos del turismo convencional en el medio ambiente, las comunidades locales y la cultura han generado una demanda cada vez mayor de prácticas turísticas más responsables y sostenibles. Además, este estudio ha destacado la importancia de la colaboración entre diversos actores como gobiernos, empresas turísticas, organizaciones no gubernamentales y comunidades locales entre otros, para promover el turismo sostenible de manera efectiva. La participación de todas estas partes interesadas es esencial para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades asociadas con la implementación de prácticas turísticas sostenibles. Asimismo, se ha identificado la necesidad de una mayor inversión en educación y sensibilización sobre el turismo sostenible, tanto entre los profesionales del turismo como entre los viajeros. La información y la formación adecuadas son clave para fomentar comportamientos y decisiones más responsables por parte de todos los involucrados en la industria turística. Por último, este estudio también ha subrayado la importancia de la evaluación y el monitoreo continuo de las iniciativas de turismo sostenible para garantizar su efectividad a largo plazo. La recopilación de datos y la evaluación de impacto son herramientas críticas para identificar áreas de mejora y tomar medidas correctivas cuando sea necesario.

CONCLUSIONES

En el terreno académico una de las lecciones más importantes que he aprendido es la interconexión de los aspectos económicos, sociales y ambientales del turismo sostenible. Anteriormente, mi comprensión se centraba en los aspectos ambientales, pero ahora reconozco la importancia crítica de abordar también los aspectos sociales y económicos para lograr un verdadero desarrollo sostenible en el turismo. Mi experiencia académica también me ha enseñado la importancia de la investigación rigurosa y basada en evidencias en el campo del turismo sostenible. A través de la revisión de la literatura relacionada con el tema, la recopilación de datos y el análisis crítico, he aprendido a evaluar de manera más objetiva las diversas perspectivas y enfoques dentro del campo. Además, he desarrollado habilidades como la paciencia, la autoexigencia y la capacidad de aprendizaje.

5.2 Conclusiones a nivel personal

En el ámbito personal, el estudio del turismo sostenible ha sido una experiencia enriquecedora que me ha permitido comprender mejor la complejidad y la importancia de este tema en el contexto actual. A lo largo de mi investigación, he llegado a varias conclusiones clave que deseo compartir:

En primer lugar, queda claro que el turismo sostenible no es simplemente una opción sino una necesidad urgente en la industria turística. Las presiones ambientales, sociales y culturales provocadas por el turismo convencional son cada vez más evidentes, y el turismo sostenible ofrece un enfoque holístico para abordar estos desafíos. Mi estudio también ha destacado los numerosos beneficios del turismo sostenible para las comunidades locales y los ecosistemas. Desde la generación de empleo hasta la conservación de la biodiversidad, el turismo sostenible tiene el potencial de transformar positivamente las vidas de las personas y proteger los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras.

Sin embargo, también me he dado cuenta de que hay varios obstáculos que dificultan la implementación efectiva de prácticas turísticas sostenibles. La falta de conciencia en algunos aspectos, la resistencia al cambio, la presión económica y la falta de información

son solo algunos de los desafíos que enfrentan los destinos turísticos en su camino hacia la sostenibilidad. A pesar de estos desafíos, estoy convencida de que el turismo sostenible es el camino a seguir. Como futura profesional del turismo, me comprometo a promover activamente prácticas turísticas responsables y a trabajar en colaboración con las comunidades locales, las empresas y las autoridades para impulsar un cambio positivo.

En última instancia, mi investigación me ha inspirado a continuar explorando el potencial del turismo sostenible y a contribuir, en la medida de mis posibilidades, a la construcción de un sector turístico más justo, equitativo y respetuoso con el medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURKART, A.J., y MEDLIK, S. (1981). *Evaluación del grado de interés de los principales turísticos de la ciudad de Córdoba*. Universidad de Sevilla y Universidad de Córdoba.

LARROSA ROCAMORA, J.A., AMAT MONTESIONOS, X. y CORTÉS SAMPER, C. (2021). *Tipología de los espacios turísticos*.

LARROSA ROCAMORA, J.A., AMAT MONTESIONOS, X. y CORTÉS SAMPER, C. (2023). *Aproximación conceptual a las tipologías turísticas. Propuesta de clasificación*. Cuadernos de Turismo.

LÓPEZ PALOMEQUE, F.L. (1993). *Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos*. Papers de turismo.

PAZOS GARCIA – MORALES, A. (2017). *La evolución del turismo en España*. Universidad de Valladolid.

SANCHO, A. (1995). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

ADMINISTRACIÓN GOBIERNO. (2023, noviembre). *Crisis sanitaria COVID-19: Normativa e información útil.*

https://administracion.gob.es/pag_Home/atencionCiudadana/Crisis-sanitaria-COVID-19.html#:~:text=El%20Gobierno%20aprob%C3%B3%20el%2014,21%20de%20junio%20de%202020.

ASOCIACION ESPAÑOLA DE CIENCIA REGIONAL. (2023, octubre). *El impacto de la COVID-19 en el sector turístico.* <https://aecr.org/es/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-sector-turistico/>

BILBAO 21. (noviembre, 2023). *¿Qué es la Agenda 21?*

https://www.bilbao.eus/cs/Satellite/agenda21/Que-es-la-Agenda-21/es/100078599/Contenido_Detalle#:~:text=La%20Agenda%20Local%2021%20es,co munes%20en%20las%20pol%C3%ADticas%20municipales.

BUSINESS INSIDER (enero 2024). *Estas fotos muestran por qué ciudades de todo el mundo limitan los cruceros: de Barcelona a Venecia.*

<https://www.businessinsider.es/estas-fotos-muestran-muchas-ciudades-limitan-cruceros-1328478>

CASIOPEA. (2023, octubre). *Definición de turismo - Conoce Valparaíso.*

https://wiki.ead.pucv.cl/Definici%C3%B3n_de_turismo_-_Conoce_Valpara%C3%ADso#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20turismo%3F&text=Una%20definici%C3%B3n%20de%20turismo%2C%20seg%C3%BAn,motivados%20por%20una%20actividad%20lucrativa.

CIRCULO LEGAL. (noviembre, 2023). *Grecia, Italia o Turquía, principales competidores de España a nivel turístico, mejor posicionados por las medidas adoptadas por sus gobiernos hacia el sector.* <https://www.circulolegal.com/grecia-italia-o-turquia-principales-competidores-de-espana-a-nivel-turistico-mejor-posicionados-por-las-medidas-adoptadas-por-sus-gobiernos-hacia-el->

REFERENCIAS

<https://es.euronews.com/business/2023/02/27/turquia-o-un-pais-con-multiples-atractivos-turisticos-que-ofrece-seguridad-a-los-turistas#:~:text=Seg%C3%BAAn%20las%20%C3%BAltimas%20cifras%20publicadas,u n%20notable%20aumento%20del%2071%20%25>.

EUROPAPRESS. (noviembre, 2023). El PIB turístico en España superó en 2022 en un 1,4% el nivel prepandemia. <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-turismo-20230117135150.html>

F. LOPEZ PALOMEQUE (1993). *Modalidades y tipologías de espacios turísticos*. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24508w/S1_R02.pdf

FONDOS EUROPEOS (enero, 2024). *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. <https://www.fondoseuropeos.hacienda.gob.es/sitios/dgpmrr/es-es/paginas/plan.aspx>

FOOD AND TRAVEL (febrero 2024). *¿Qué hace Francia para ser el destino más sostenible?* <https://foodandtravel.mx/que-hace-francia-para-ser-el-destino-mas-sostenible/>

GSTC (febrero 2024). *Todos los TUI Hotels & Resorts en Türkiye tienen la certificación GSTC*. <https://www.gstcouncil.org/all-tui-hotels-resorts-turkiye-gstc-certified/>

GUIA EN TURISMO (2023, octubre). *Definición de turismo*. <https://www.guiaenturismo.com/definicion-de-turismo/>

HOSTELTUR (noviembre, 2023). *Turquía (Türkiye) presenta sus novedades en Fitur 2022*. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/028096_turquia-turkiye-presenta-sus-novedades-en-fitur-2022.html

[HOSTELTUR. \(2023, octubre\). *Los 20 años que han revolucionado el sector turístico español*. \[https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html\]\(https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html\)](https://www.hosteltur.com/147470_20-anos-han-revolucionado-sector-turistico-espanol.html)

REFERENCIAS

HOSTELTUR. (noviembre, 2023). *Grecia recibió en 2022 un 89% más de turistas hasta aproximarse a los 28 M.* https://www.hosteltur.com/155694_grecia-recibio-en-2022-un-89-mas-de-turistas-hasta-aproximarse-a-los-28-m.html

HOSTELTUR. (noviembre, 2023). *Francia invertirá 1.900 M€ en 10 años para impulsar el turismo.* https://www.hosteltur.com/149953_francia-invertira-1900-m-en-10-anos-para-impulsar-el-turismo.html

HOSTELTUR (febrero 2024). *Una isla griega aspira a convertirse en modelo de turismo sostenible.* https://www.hosteltur.com/140394_una-isla-griega-aspira-a-convertirse-en-modelo-de-turismo-sostenible.html

HOSTELTUR. (noviembre, 2023). *Los destinos competidores que plantan cara a España.* https://www.hosteltur.com/109642_los-destinos-competidores-que-plantan-cara-a-espana.html

HOSTELTUR (febrero, 2024). *Campaña Europea de relanzamiento Francia 2021.* https://www.hosteltur.com/144956_campana-europea-de-relanzamiento-2021.html

HOSTELTUR (febrero, 2024). *Claves de la insostenibilidad del turismo español y sus posibles alternativas.* https://www.hosteltur.com/comunidad/004294_claves-de-la-insostenibilidad-del-turismo-espanol-y-sus-posibles-alternativas.html

HOSTICASA. (noviembre, 2023). *¿Cómo ha evolucionado el turismo en los últimos años?* <https://www.hosticasa.com/blog/evolucion-turismo/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA. (2023, octubre). *Cuenta satélite del turismo de España.* <https://www.ine.es/prensa/np533.pdf>

ICEX. (noviembre, 2023). *Turismo en Grecia.* https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/011/documentos/2023/08/fs-turismo/FS_Turismo%20en%20Grecia%202023_REV.pdf

REFERENCIAS

Larrosa Rocamora, J. A., Amat Montesinos, X., & Cortés Samper, C. (2023). APROXIMACIÓN CONCEPTUAL A LAS TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS. PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN. *Cuadernos de Turismo*, (51), 51–77. <https://doi.org/10.6018/turismo.571461>

HUAKAI. (noviembre, 2023). *¿Qué es el Turismo responsable y sostenible?* https://huakai.es/turismo-responsable-y-sostenible/?utm_term=&utm_campaign=Performance+Max+%5BIO%5D&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=2018464929&hsa_cam=17759696761&hsa_group=&hsa_ad=&hsa_src=x&hsa_tgt=&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAjfyqBhAsEiwA-UdzJFoYjXldvDJ22Ssv7Xc0rgH6qQcRgpd6qqqaVyLVdx1fyFnXFZ_PCRoCdCMQAvD_BwE

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (diciembre, 2023). *Estrategia de sostenibilidad turística en destinos*. https://turismo.gob.es/es-es/Novedades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf

NATOUR. (noviembre, 2023). *Competidores cercanos del turismo de España, se ofrecen como destinos covid-free*. <https://forumnatura.org/2020/06/03/portugal-grecia-y-croacia-se-ofrecen-como-destinos-covid-free/>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2023, septiembre). *Glosario de términos del turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#top>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (2023, octubre). *Introducción al turismo*. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (noviembre, 2023). *Guiar la recuperación del turismo*. <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

ORGANICACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO. (noviembre, 2023). *El turismo puede desempeñar un papel importante en la recuperación mundial tras la pandemia*.

REFERENCIAS

https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_844436/lang--es/index.htm

OSTELEA (diciembre, 2023). *El turismo sostenible y el desarrollo mundial*.
<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial>

OSTELEA. (2023, septiembre). *El turismo sostenible y el desarrollo mundial*.
[https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20no%20se,\(Fuente%3A%20Entorno%20Tur%C3%ADstico\)](https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20no%20se,(Fuente%3A%20Entorno%20Tur%C3%ADstico))

PANORAMA GRIEGO (marzo, 2024). *Energía verde en Grecia | La respuesta sostenible a la crisis climática y energética*. <https://www.panoramagriego.gr/energia-verde-en-grecia-la-respuesta-sostenible-a-la-crisis-climatica-y-energetica/>

PLAN DE RECUPERACION, TRANSFORMACION Y RESILIENCIA. (noviembre, 2023). *Estrategia de sostenibilidad turística en destinos*.
https://www.google.com/search?q=turismo+sostenible+definicion+omt+espa%C3%B1a&oq=turismo&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCAgAEEUYJxg7MggIABBFGCcYOzIGCAEQRRg7MggIAhBFGCcYOzIPCAMQRRg5GIMBGLEDGIAEMgYIBBBFGEAyBggFEEUYPDIGCAYQRRg9MgYIBxBFGDyoAgCwAgA&sourceid=chrome&ie=UTF-8#:~:text=La%20Estrategia%20de,%E2%80%BA%20Novedades%20%E2%80%BA%20Documents

PRODETUR (diciembre, 2023). *Programa de planes de sostenibilidad turística en destinos*.
<https://www.prodetur.es/prodetur/www/turismo/planes-sostenibilidad-turistica/#:~:text=Son%20planes%20dise%C3%B1ados%20y%20promovidos,los%20nuevos%20retos%20del%20ecosistema>

TOURSPAIN. (2023, octubre). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*.

REFERENCIAS

<https://www.tourspain.es/export/sites/tourspain/.content/pdf/plan-turismo/horizonte-2020-plan-turismo-espanol-0812.pdf>

TOURINEWS. (noviembre, 2023). *Los destinos turísticos competidores de España "en la sombra"*. https://www.tourinews.es/competidores/destinos-turisticos-competidores-espana-en-la-sombra_4450719_102.html

UNIVESITAT JAUME I. (2023, octubre). *Turismo sostenible: restos y oportunidades para la comunidad valenciana*.

https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/200808/TFG_2022_Notari_Mart%C3%AD_Mar.pdf?sequence=1

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID. (2023, octubre). *La evolución del turismo en España*. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24042/TFG-N.634.pdf?sequence=1>

UNIVERSITAT POLITECNICA DE VALENCIA (diciembre, 2023). *El turismo sostenible en España a través del análisis de los planes estratégicos de turismo*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/165132/Hu%20-%20El%20turismo%20sostenible%20en%20Espa%C3%B1a%20a%20trav%C3%A9s%20del%20an%C3%A1lisis%20de%20los%20planes%20estrat%C3%A9gicos%20de%20turismo.pdf?sequence=1>

UNIVERSIDAD DE VIGO. (2023, octubre). *Economía e historia del turismo español del siglo XX*. <https://ojs.ehu.eus/index.php/HC/article/download/5934/5614>

UNIVERSIDAD DE ALICANTE. (2023, octubre). *Tipologías de los espacios turísticos – RUA*. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/114370/1/TET_manual_asignatura.pdf

VIVA FCA (2023, octubre). *Proceso de selección 2021-2022 Licenciatura en negocios turísticos*.

<https://fca.uaq.mx/docs/ConvocatoriasLicenciatura/GuiasPropedeutico/Sesion3LNT.ConceptosGeneralesdelTurismo.pdf>