



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**LOS PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO.
AVANZANDO HACIA EL TURISMO SOSTENIBLE. ANÁLISIS DE HARO EN
LA RIOJA**

Presentado por Gonzalo Martínez Cortés

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, 2025

Resumen

El presente trabajo supone una aproximación a la situación actual del turismo sostenible en nuestro país, presentando los planes de sostenibilidad turística en destino, concretamente en los del destino turístico de la comunidad autónoma de La Rioja, especialmente en la localidad de Haro, donde, a partir de la investigación y el análisis de entrevistas realizadas, se obtiene una visión realista de la situación actual del municipio. Con esta información, se pretende establecer propuestas de mejora que impulsen el desarrollo sostenible del turismo en la zona mejorando y percibiendo el turismo como un resultado positivo comunitario para todos los agentes.

Palabras clave: sostenibilidad, turismo, la rioja, planes de sostenibilidad turística

Abstract

This present work examines the current status of sustainable tourism in our country, presenting destination tourism sustainability plans, specifically those of the tourist destination in the autonomous community of La Rioja, especially in the town of Haro. Based on research and analysis of interviews, a realistic view of the municipality's current situation is obtained. With this information, the aim is to establish proposals for improvement that will drive the sustainable development of tourism in the area, improving and perceiving tourism as a positive community outcome for all stakeholders.

Keywords: sustainability, tourism, La Rioja, tourism sustainability plans

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. Objetivos y Metodología	página 9
--	-----------------

CAPÍTULO 1

1.Marco teórico.....	página 12
1.1. Impactos del modelo dominante de turismo de masas.....	página 12
1.2. Impactos del Cambio climático en las tipologías y destinos turísticos	página 17
1.3 El modelo de turismo sostenible.....	página 19
1.4 ¿Real o green washing?.....	página 23

CAPÍTULO 2

2.Estado de la cuestión.....	página 26
2.1. Marco estratégico internacional hacia el turismo sostenible.....	página 26
2.2 Unión Europea.....	página 26
2.3 Marco estratégico actual en España. Estrategia y Planes de Destino Sostenible Turístico.....	página 29
2.4. Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.....	página 32
2.5 Buenas practicas.....	página 34

CAPÍTULO 3

3.Análisis de caso: Haro (La Rioja).....	página 37
3.1 Contextualización de La Rioja.....	página 37
3.2. Planes de Sostenibilidad Turística en Destino aprobados.....	página 39
3.3. Plan de Sostenibilidad Turística en Destino – Haro.....	página 43

3.4 Diagnóstico.....página 46

CONCLUSIONES.....página 48

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... página 51

ANEXO I

Anexo de Metodología.....página 56

Índice de tablas y gráficos

Tabla 1. Los 8 ejes que definen la estrategia sostenible de España 2030.....Página 30

Tabla 2. Principio de las estrategias Página 32

Tabla 3. PSTD aprobados en La Rioja en 2023 Página 41

Tabla 4. Presupuesto del plan de Haro según su eje de actuación Página 43

Tabla 5. Análisis DAFO de Haro Página 47

Imagen 1. Porcentaje aportación al PIB Español de la actividad turísticaPágina 14

Imagen 2. Turismo de masas. Benidorm en el año 2010.....Página 15

Imagen 3. El turismo masivo altera los lugares de anidación de las tortugas.....Página 16

Imagen 4. Estación de esquí de Valdezcaray (La Rioja), sin nieve en plena temporada.....Página 17

Imagen 5. Evolución de la llegada de turistas extranjeros a España.....Página 21

Imagen 6. Empresa MSC denunciada por “blanqueo ecológico”.....	Página 24
Imagen 7. Proyecto Blue Crystal en Dubái.....	Página 25
Imagen 8. Conferencia de Palma, 2020.....	Página 28
Imagen 9. Logotipo de Agenda 2030.....	Página 29
Imagen 10. Imagen oficial de la Convocatoria 2023.....	Página 33
Imagen 11. Ciudad de Gijón.....	Página 35
Imagen 12. Captura de la web de AdapteCCa.....	Página 36
Imagen 13. Ubicación de la comunidad autónoma de La Rioja.....	Página 38
Imagen 14. Este 2024 La Rioja ha batido su récord histórico de población.....	Página 38
Imagen 15. Barrio de la estación Haro – La Rioja.....	Página 40
Imagen 16. Pasarela turística entre barrio de las bodegas y centro histórico.....	Página 45

Justificación

El objetivo de este proyecto es comprender cómo se están desarrollando las prácticas sostenibles dentro de los planes de sostenibilidad turística, y su impacto real en las comunidades locales, con un enfoque especial en la región de La Rioja.

He escogido este tema de investigación ya que, al ser de esta comunidad, quiero contribuir al estudio y desarrollo de mi región y analizar el impacto de estos planes. Aunque el modelo turístico actual enfrenta grandes desafíos en cuanto al consumo de recursos, creo que, mediante políticas sostenibles y prácticas innovadoras, es posible encontrar un equilibrio entre la actividad turística y la preservación del entorno natural, especialmente en áreas rurales como es la mía.

Este enfoque resulta esencial para asegurar un futuro viable e innovador en la industria turística de mi región, contribuyendo además a la mejora de las comunidades locales y a la protección del patrimonio cultural y natural de la comarca.

1. Introducción. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es analizar los planes de sostenibilidad turística en destino implementados en la comunidad autónoma de La Rioja, evaluando su impacto y efectividad en la consecución de un modelo de turismo sostenible en esta región vinícola. A través de este análisis, se pretende entender los progresos logrados en aspectos de sostenibilidad ambiental, desarrollo económico y bienestar social, así como la manera en que estos planes ayudan a equilibrar la actividad turística con la conservación del destino Rioja.

El objetivo específico que guía este estudio es el análisis en profundidad del municipio de Haro, como uno de los destinos incluidos en estos planes, mediante el análisis cualitativo de entrevistas. Este objetivo busca conocer de primera mano cómo se está gestionando el plan en dicho territorio y cómo lo perciben tanto desde la administración pública como desde el sector privado.

La metodología cualitativa, especialmente a través de entrevistas en profundidad, permite no solo recopilar información detallada, sino también recoger percepciones, valoraciones y matices contextuales que otras técnicas más estructuradas no logran captar. Como señalan Taylor y Bogdan (1987), este enfoque busca “entender a las personas desde su propio marco de referencia”, algo esencial en este caso para comprender mejor los intereses implicados.

La primera entrevista fue realizada al concejal de Turismo del Ayuntamiento de Haro, quien desempeña un papel central en la gestión del plan de sostenibilidad turística de esta localidad. La segunda entrevista se llevó a cabo con Vega Ángulo Roig, responsable del área de enoturismo de Bodegas RODA, con el objetivo de obtener una visión complementaria desde el ámbito empresarial y privado del turismo enológico.

La entrevista con el concejal de turismo se llevó a cabo el 28 de mayo, mediante una llamada telefónica que se extendió durante unos 20 minutos. Durante la conversación, abordamos las preguntas que posteriormente se recogen en este trabajo, así como mi propia percepción sobre la localidad. De distinto modo, dos días más tarde, quedé presencialmente para hablar con la directora del departamento de enología de Bodegas RODA, la entrevista duró también 20 minutos y en ella le expuse las preguntas que

previamente ya había elaborado en el guión. El contenido de ambas se encuentra en el anexo.... Y analizado en el capítulo correspondiente para el DAFO final. Ambas resultaron de interés para este informe, agradeciendo su disponibilidad, la amabilidad en el trato y todos los comentarios que surgieron en las mismas.

Guion de entrevista – gestor plan de sostenibilidad turístico Haro 2023

1. ¿Cómo surgió la idea de presentar un Plan de Sostenibilidad Turística para Haro? ¿Qué motivaciones lo impulsaron?
2. ¿Cuáles son los principales objetivos que persigue este plan?
3. ¿Qué entidades o profesionales han estado implicados en la elaboración, presentación y gestión del plan? ¿Quiénes lo están en este preciso momento?
4. ¿Qué periodo de ejecución se contempla y en qué fechas está previsto su inicio y finalización? Fases y cronograma de ejecución.
5. ¿En qué ejes o líneas estratégicas se estructuran las acciones del plan?
6. ¿Qué papel ha tenido el sector privado en la redacción o desarrollo del plan? ¿Cómo se ha promovido su implicación?
7. ¿Qué resultados concretos se esperan obtener una vez finalizada la ejecución del plan?
8. ¿Cómo cree que este plan puede influir en la imagen y posicionamiento turístico de la ciudad de Haro?

Guión de entrevista – empresa privada Haro

1. ¿Cómo tuvo conocimiento su empresa del Plan de Sostenibilidad Turística de Haro? ¿Qué les motivó a involucrarse en él?
2. ¿Cuál ha sido el papel específico de su empresa en el desarrollo o ejecución del plan? ¿En qué fases han participado?
3. ¿Qué tipo de colaboración se ha establecido entre su empresa y las entidades responsables del plan (públicas o privadas)?
4. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los aspectos más relevantes del plan en relación con la actividad empresarial turística en Haro?

5. ¿Han recibido apoyo técnico, financiero o institucional para participar en este proyecto?
6. ¿Qué oportunidades cree que abre este plan para el sector turístico local y, en particular, para su empresa?
7. ¿Ha cambiado su visión del turismo sostenible a raíz de este proyecto? ¿Qué aprendizajes destacaría?
8. ¿Cómo cree que puede contribuir el tejido empresarial local a la continuidad y éxito del plan a largo plazo?

1. Marco teórico

1.1. Impactos del modelo dominante de turismo de masas

El turismo de masas es una de las manifestaciones de la cultura de las sociedades modernas. Este modelo de turismo como fenómeno socioeconómico, ha experimentado una evolución notable desde el final de la Segunda Guerra Mundial cuando comenzó a tomar forma en un contexto de creciente bienestar económico en Europa, lo que permitió a una mayor parte de la población acceder a viajes con un único objetivo, el disfrute.

Antes de este período, el turismo estaba reservado principalmente para las élites, siendo más un símbolo de estatus que una actividad accesible para la mayoría. El turismo de masas se consolidó rápidamente como un componente crítico de la economía en muchas regiones, especialmente en el Mediterráneo, donde países como España, Francia e Italia se convirtieron en destinos líderes (Rivera. Mateos, 2012)

El auge del turismo de masas no solo transformó la dinámica económica de los destinos turísticos, al impulsar la transición de sociedades industriales hacia economías más basadas en el sector servicios, sino que, también cambió radicalmente su estructura social y cultural. A medida que los viajes eran más asequibles para todos los tipos de clases sociales, surgieron nuevos desafíos relacionados con la gestión de grandes flujos de turistas, lo que llevó a los gobiernos y a las empresas del sector a adaptar las infraestructuras y los servicios al nivel de la masificación.

En paralelo, el modelo de turismo de masas también generó un impacto en las comunidades locales, quienes, aunque se beneficiaban económicamente, debían enfrentar la saturación de los recursos y los cambios en su forma de vida. Este fenómeno da pie a un debate sobre la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural y natural frente a la creciente presión de los visitantes. (Manera, Carles, 2024).

Uno de los ejemplos más claros que podemos encontrar hoy en día sería el caso de la ciudad de Segovia en la que, por cada vecino, la ciudad es visitada por otros 27 (El Norte de Castilla, 2025). Este inaudito dato nos hace plantearnos seriamente si la ciudad posee infraestructuras adecuadas como para sostener tal flujo de turistas

La saturación de monumentos emblemáticos como el Alcázar o el Acueducto es solo una de las consecuencias visibles del exceso de turistas. A medida que el número de turistas aumenta, también lo hacen los recursos físicos y económicos destinados a ello, como la gestión del tráfico, la limpieza y el mantenimiento de la ciudad, sin olvidar el incremento y los posibles problemas asociados a la escasez de los recursos locales como el agua o la electricidad. Las viviendas se convierten en apartamentos turísticos, los comercios tradicionales se ven reemplazados por tiendas de souvenirs y los restaurantes enfocados exclusivamente en los turistas, y el ritmo de vida de la ciudad se ve modificado por los ciclos y flujos turísticos.

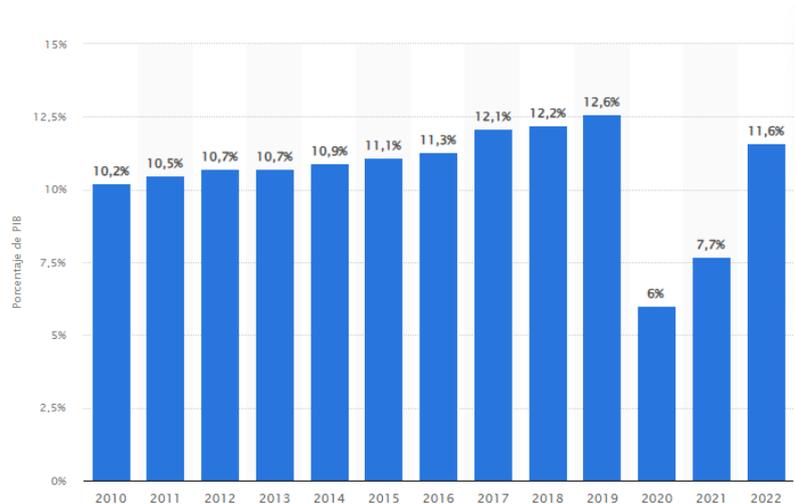
Otro ejemplo que evidencia aún más esta compleja situación es el caso de Barcelona, una de las ciudades más afectadas por la saturación turística en España. El turismo masivo ha generado una gran presión sobre los barrios más emblemáticos de la ciudad. En áreas como La Barceloneta, los residentes han visto cómo el turismo ha transformado su entorno, generando un impacto significativo en su calidad de vida y en la estructura urbana (Zaar y Pontes da Fonseca, 2019).

La sobrecarga de visitantes en lugares icónicos como Las Ramblas o la Sagrada Familia ha provocado consecuencias visibles, como la masificación de las calles, el aumento del coste de la vivienda y la sustitución de comercios tradicionales por tiendas orientadas únicamente hacia los turistas. La infraestructura urbana se ve desbordada por el incremento del tráfico y los servicios, entre otros. Además, la proliferación de viviendas de uso turístico (VUT) ha contribuido a la gentrificación y al desplazamiento de los vecinos habituales hacia zonas no turísticas como los barrios periféricos.

El descontento de la población ha derivado en múltiples protestas y en la implementación de regulaciones como el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT), que busca mitigar los efectos negativos del turismo descontrolado. Sin embargo, el desafío sigue más vivo que nunca, ya que la ciudad enfrenta la difícil tarea de equilibrar su atractivo turístico con la preservación de su identidad y el bienestar de sus habitantes. (Zaar y Pontes da Fonseca, 2019).

Por el contrario, a nivel económico, el impacto del turismo de masas ha sido muy relevante para la economía española, llegando esta, a ocupar una parte imprescindible de nuestro Producto Interior Bruto (PIB). Este crecimiento económico ha sido impulsado por el aumento en el número de turistas, aunque este incremento no siempre se tradujo en un aumento proporcional del gasto turístico.

Imagen 1. Porcentaje aportación al PIB Español de la actividad turística



Fuente: Statista. 2024.Fecha de consulta: 30/04/2024

Esa situación ha ido aumentando y perpetuándose hasta nuestros días, de hecho, el incremento de la población a nivel mundial y el apareamiento de aerolíneas *low cost* como puede ser el caso de *Ryanair* o *EasyJet*, ha aumentado los flujos turísticos hacia lugares mediterráneos. Esto ha ido creciendo con buenas infraestructuras como la aparición del AVE a Valencia en el año 2010 y el aumento de la capacidad hotelera de prácticamente todas las ciudades mediterráneas. (Desde 2015, solo en Mallorca se han creado 85.000 nuevas plazas turísticas, Última Hora, 2024).

Imagen 2. Turismo de masas. Benidorm en el año 2010



Fuente: www.tertulia.over-blog.com. Fecha de consulta: 26/04/2024

El turismo de masas ha tenido un impacto indiscutible tanto en el crecimiento económico como en la estructura social de los destinos involucrados. Aunque ha traído beneficios económicos sustanciales, también ha generado retos que requieren una adaptación continua de las políticas y estrategias turísticas para equiparar el crecimiento al bienestar de la población.

No obstante, este modelo turístico está quedando desfasado ya que los expertos y las comunidades locales ponen en valor la necesidad de promover un modelo sostenible e innovador centrado principalmente en la calidad, la protección del territorio y el beneficio en las comunidades locales. La clave para el futuro de este llamado turismo de masas radica en encontrar un equilibrio entre la explotación económica y la sostenibilidad a largo plazo, asegurando que los beneficios del turismo se distribuyan de manera justa y sostenible

Según la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), el ecoturismo puede ser definido como: «un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local» Sin embargo, este concepto es a menudo insostenible debido a factores como la sobreexplotación de recursos naturales, el aumento del turismo masivo en áreas vulnerables y la falta de una gestión adecuada. Estos factores pueden generar impactos negativos en los ecosistemas y en las comunidades locales. Un estudio

del año 2023 identificó 70 impactos ambientales derivados del ecoturismo, incluyendo alteraciones en los ecosistemas locales y cambios en las actividades económicas de las comunidades (Andrade, J. M., Peña, L. C., & Palencia, S. Y. 2023).

Imagen 3. El turismo masivo altera los lugares de anidación de las tortugas



Fuente: www.muhimu.es Fecha de consulta: 27/02/2025

Para adaptarse a estos impactos, es crucial promover el turismo sostenible como una herramienta para la conservación de los recursos naturales y el fomento de prácticas turísticas responsables. Esto incluye, además de una gestión sostenible y eficiente, el desarrollo de programas educativos para turistas sobre la importancia de proteger la fauna y flora locales y la implementación de actividades que no interfieran con los ecosistemas vulnerables. Además, los destinos pueden centrarse en la restauración de hábitats para mitigar la pérdida de biodiversidad.

Fomentar el turismo en áreas que están siendo restauradas no solo ayuda a la conservación, sino que también puede ofrecer una experiencia enriquecedora para los turistas, al permitirles participar activamente en la protección del entorno natural (Greenpeace, 2023).

1.2. Impactos del Cambio climático en las tipologías y destinos turísticos

El cambio climático representa un desafío para el sector turístico, especialmente en países altamente dependientes de esta actividad como puede ser el caso de nuestro país, España. Los efectos del cambio climático sobre el turismo inciden directamente en el potencial turístico de los destinos. Por ejemplo, el incremento generalizado de las temperaturas ha provocado cambios en la distribución de los flujos turísticos favoreciendo la ampliación de las temporadas turísticas en los destinos de litoral. Este incremento térmico también ha generado dificultades para la creación y conservación del recurso nieve en los destinos de montaña, poniendo en entredicho la viabilidad natural y la rentabilidad económica de las estaciones de esquí españolas. (Ecodes, 2025).

Imagen 4. Estación de esquí de Valdezcaray (La Rioja), sin nieve en plena temporada



Fuente: www.larioja.com. Fecha de consulta: 03/12/2024.

Un estudio del Instituto Español de Oceanografía (IEO-CSIC), publicado en la revista *Geosciences*, revela que desde 1993 el nivel del mar en la península Ibérica, Canarias y Baleares ha aumentado a un ritmo de 2,8 milímetros anuales, el doble de la tasa de aumento registrada entre 1948 y 2019. Este fenómeno se debe principalmente al calentamiento de las aguas y la fusión de los glaciares de Groenlandia y la Antártida. Los efectos incluyen la pérdida de playas y un mayor impacto de los temporales en las infraestructuras costeras.

Ante estos desafíos, es crucial que el sector turístico español implemente estrategias de adaptación y mitigación frente al cambio climático. La adaptación puede incluir estrategias como la diversificación de los productos turísticos y la desestacionalización de estos. Por ejemplo, la creación de nuevos productos turísticos que aprovechen las nuevas condiciones climáticas puede ayudar a adaptar las actividades a los nuevos calendarios. Además, la ordenación y la planificación territorial se posicionan como una herramienta clave para mejorar la calidad y competitividad de los espacios turísticos. (Rayuela, M. 2016).

La mitigación, por su parte, implica esfuerzos para reducir la contribución del sector turístico al cambio climático. Esto incluye prácticas sostenibles en la gestión de recursos y la promoción de la conservación, el uso sostenible del patrimonio natural y la biodiversidad, el conocimiento y disminución de la huella de carbono de todos los agentes del sector turístico, y avanzar en eficiencia energética, en el uso del agua y en la gestión de los residuos.

Algunas estaciones de esquí, por ejemplo, para afrontar este impacto, han recurrido a la producción de nieve artificial, lo que les permite alargar la temporada y mantener su atractivo turístico. Sin embargo, esta solución no está exenta de desafíos ambientales y económicos, ya que su producción requiere grandes cantidades de agua y energía, lo que genera un impacto significativo en los ecosistemas y en la sostenibilidad a largo plazo (Ecodes, 2025).

Aunque algunas estaciones están implementando tecnologías más eficientes, como cañones que consumen menos recursos o el empleo de energías renovables para su funcionamiento, pero la nieve artificial sigue siendo una alternativa con limitaciones. Para cubrir una hectárea de pista con nieve artificial alrededor de 2.500 metros cúbicos de agua, lo que puede agravar la escasez hídrica en ciertas regiones. Además, su acumulación puede alterar la composición del suelo y retrasar el crecimiento de la vegetación en primavera.

Estos factores llevan a cuestionar la viabilidad de esta práctica como una solución a largo plazo. En este sentido, expertos señalan la necesidad de diversificar el modelo turístico

en las zonas de montaña, promoviendo actividades menos dependientes de la nieve para garantizar su sostenibilidad futura (Ecodes, 2025).

Según la Alianza Internacional de Turismo Sostenible (ITSA, 2020), las estaciones de esquí pueden contribuir a la sostenibilidad al adoptar tecnologías de energía limpia y mejorar la gestión de residuos. Además, se deben promover iniciativas de conservación de la biodiversidad en las zonas cercanas a las estaciones, protegiendo los ecosistemas sensibles y garantizando que el turismo no dañe las áreas naturales.

El cambio climático también está provocando una notable disminución de la biodiversidad en muchas áreas turísticas, lo que afecta negativamente a los destinos que dependen expresamente de la conservación de la fauna y la preservación de la flora. La alteración de los ecosistemas naturales puede disminuir el atractivo de los parques naturales, reservas de fauna y áreas marinas, ya que muchos turistas buscan experiencias relacionadas con la biodiversidad. La pérdida de especies y el deterioro de los hábitats afectan directamente la oferta de actividades turísticas basadas en la naturaleza, como el avistamiento de animales y las excursiones en espacios naturales. (Carvalho, 2024).

También es esencial la colaboración entre el sector público y privado para el diseño de estrategias conjuntas que enfrenten los retos del cambio climático en el turismo. Así como generar conocimiento en los turistas puede educar sobre el consumo responsable, clave para satisfacer las necesidades presentes y futuras y reducir así, el alto grado de incertidumbre y desconocimiento (Rayuela, M. 2016).

1.3. El modelo de turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (OMT, 2024)

El turismo sostenible busca mejorar la calidad de vida de la población local, ofrecer una experiencia enriquecedora para los visitantes, pero siempre teniendo en cuenta la

preservación del medio. Todos estos enfoques tienen como principal objetivo la perdurabilidad del destino y el beneficio global de todos los sectores implicados.

Este se basa en una serie de principios básicos que deben aplicarse en el marco general del turismo, pero desde un punto de vista sostenible, para ello, en este cambio de modelo, es fundamental que este sea ecológicamente viable a largo plazo, económicamente rentable y socialmente justo para las comunidades locales. (Citado por M. Notari, 2022).

La sostenibilidad se rige bajo el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras (BBVA, 2025). En este contexto, la sostenibilidad en el turismo no debe ser entendida como un estado utópico, sino como un proceso dinámico que debe adaptarse a las condiciones y necesidades de cada destino. Para ello, es fundamental incorporar estrategias de planificación que integren la conservación, la viabilidad económica y la equidad social, asegurando que los beneficios del turismo sean distribuidos de manera justa y que los recursos naturales sean preservados para las generaciones futuras. (Bertoni, M, 2008).

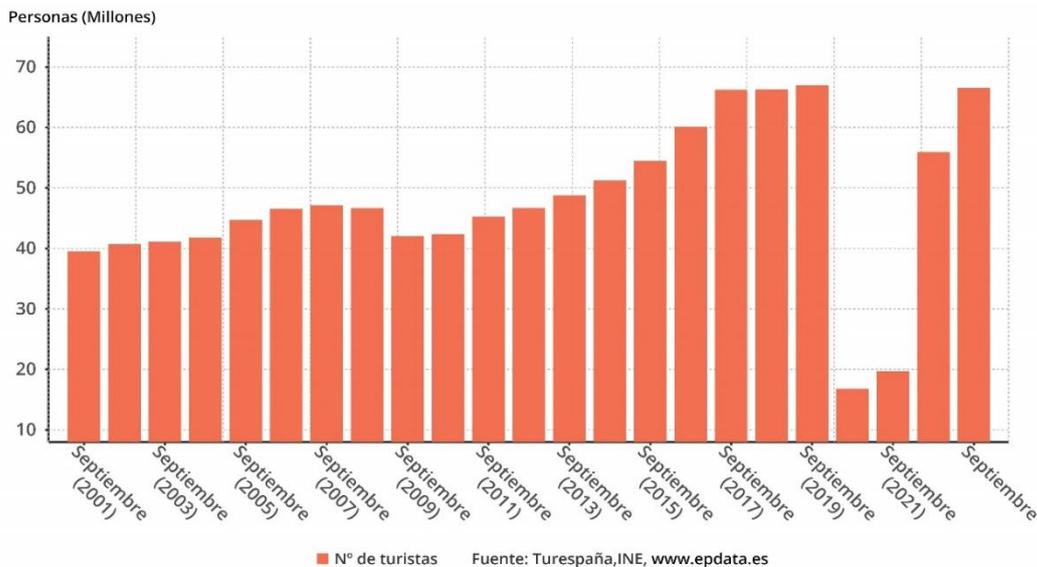
El cambio hacia un modelo de turismo sostenible no solo es mucho más eficiente en todos los ámbitos, sino que, sin lugar a duda, representa un cambio de paradigma sobre la situación actual. Este cambio, debe dejar de ser una simple opción para convertirse en la única contribución real que garantice la salud del planeta y salvaguarde el bienestar de las comunidades locales, contribuyendo así a su desarrollo y no a la merma de su calidad de vida.

En este contexto, han surgido diversas certificaciones ambientales como podría ser el caso de *green key*, el cual tiene como objetivo reconocer y promover establecimientos que implementan prácticas responsables con el medio ambiente, como la reducción del consumo de agua y energía, el reciclaje y el uso de productos ecológicos. (Octoen, 2025). Así mismo, otro ejemplo podría ser la certificación *Biosphere Sustainable* creada por el Instituto de Turismo Responsable. Esta, se ha desarrollado para garantizar que destinos turísticos, alojamientos y empresas operen bajo criterios de sostenibilidad alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). (Evalore, 2025)

Estos sellos certifican que los destinos y establecimientos turísticos cumplen con estándares de sostenibilidad y responsabilidad ambiental. Estas certificaciones abarcan desde la eficiencia en el uso de recursos hasta la protección del entorno y la participación de la comunidad local, brindando a los turistas opciones más ecológicas y medioambientalmente más responsables (Pérez Cabrera, 2015).

España es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, recibiendo millones de visitantes anualmente atraídos por su numeroso patrimonio cultural, sus playas, y su gastronomía. Sin embargo, el turismo masivo ha generado desafíos significativos, como la sobrecarga de infraestructuras, la degradación ambiental y las tensiones sociales en destinos populares. En este contexto, el turismo sostenible se presenta como una estrategia esencial para mitigar estos impactos negativos y garantizar que el turismo beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales. La adopción de prácticas sostenibles en el turismo puede ayudar a preservar los recursos naturales y culturales, mejorar la calidad de vida de los residentes y ofrecer experiencias más auténticas y responsables a los turistas. (Cespedes, José Manuel, 2024).

Imagen 5. Evolución de la llegada de turistas extranjeros a España



Fuente: EcoAvant 2023. Fecha de consulta: 16/06/2025.

El turismo sostenible debe ser visto como un proceso de cambio que se adapta a las necesidades y características de cada lugar. No se trata de un modelo rígido, sino de un enfoque flexible que combine la conservación del medio ambiente, el beneficio económico y el bienestar de las comunidades locales. Aunque hay desafíos en su implementación, el objetivo es hacer del turismo una herramienta que promueva el equilibrio entre cuidar los recursos naturales y fomentar el desarrollo económico. De esta forma, el turismo sostenible debe ayudar a lograr un modelo de crecimiento que beneficie a todos los involucrados a largo plazo, sin dañar el entorno o la cultura local. (Bertoli, Marcela, 2007).

El éxito del turismo a largo plazo dependerá de si el sector logra gestionar correctamente los aspectos sociales, ambientales y económicos, los cuales son fundamentales para el desarrollo sostenible (Wearing y Neil, 2012). Es esencial considerar estas dimensiones para que el desarrollo sostenible influya positivamente en el turismo (Fernández, 2015)

Hoy en día, más que nunca necesitamos modelos que sirvan de ejemplo para unir la conservación de la biodiversidad con el desarrollo turístico. Iniciativas como las Reservas de Biosfera de la UNESCO o la Red Natura 2000, apostando ambas por el ecoturismo sostenible, son una gran muestra de cómo es posible lograr ese equilibrio. No solo protegen el entorno natural, sino que también demuestran que estas áreas pueden generar beneficios que van mucho más allá de sus propias fronteras (UNESCO, 2020).

Además, el turismo vive un momento de cambio profundo gracias a la revolución digital. Las nuevas tecnologías han cambiado por completo la forma en que las personas viajan y eligen sus destinos. Hoy, cualquier turista puede informarse mejor, comparar ofertas y valorar el patrimonio local casi en tiempo real. Esta conexión directa con los destinos y sus comunidades permite una experiencia mucho más rica y consciente (Carta Mundial del Turismo Sostenible, 2015).

En este escenario, la innovación tecnológica y la gestión sostenible no son solo tendencias, se han convertido en elementos clave para que el turismo sea más competitivo y, sobre todo, más responsable. Ya no hay excusas técnicas o de conocimiento, existen soluciones reales y accesibles para hacer que las infraestructuras turísticas sean más eficientes, respetuosas con el medio ambiente y alineadas con lo que demandan las nuevas generaciones de viajeros.

Estamos viviendo una auténtica explosión de ideas sostenibles en campos como la construcción ecológica, el ahorro y tratamiento del agua, o la gestión de residuos. Todos estos avances no solo ayudan a cuidar el planeta, sino que también aportan valor a los destinos. La sostenibilidad ya no es solo un compromiso ético, también se ha convertido en un atractivo turístico inteligente, y está abriendo nuevas oportunidades dentro de las economías verdes (Carta Mundial del Turismo Sostenible, 2015).

1.4. ¿Real o *green washing*?

En la actualidad, el "*greenwashing*" se ha convertido en una práctica común en diversas industrias, y el sector turístico no deja de ser excepción. Este fenómeno implica la estrategia de hacer que un producto, servicio o empresa parezca más ecológico de lo que realmente es, con el único fin de atraer a consumidores cada vez más preocupados y conscientes por el medio ambiente (Caballero, Ana 2023).

En el ámbito turístico, se manifiesta en formas como los hoteles que se promocionan como "*eco-friendly*" por implementar medidas superficiales, las aerolíneas que ofrecen compensación de carbono sin reducir notablemente sus emisiones, los turoperadores promueven tours "sostenibles" sin ningún tipo de impacto tangible en las comunidades locales, o las líneas de cruceros presumen de iniciativas verdes mientras ocultan los efectos negativos de sus operaciones como los vertidos. Este tipo de prácticas, aunque aparentemente beneficiosas para el medio ambiente, a menudo son engañosas y carecen de un compromiso real con la sostenibilidad. (Canarias Diario, 2024).

La reconocida marca de cruceros MSC ha sido acusada de minimizar el impacto ambiental de sus operaciones, como el vertido de aguas residuales al mar y el uso continuado de combustibles fósiles. Estas prácticas sugieren que la compañía utiliza el marketing verde más como una herramienta para atraer a consumidores ecológicamente conscientes que como un verdadero compromiso con la sostenibilidad, evidenciando una falta de acciones concretas para reducir su huella ambiental (Crónica Global, 2024).

Imagen 6. Empresa MSC denunciada por ‘‘blanqueo ecológico’’



Fuente: www.ecoavant.com Fecha de consulta: 27/02/2025.

En el contexto del turismo, una de las estrategias más comunes de *greenwashing* es la compensación oculta, la cual se utiliza cuando un operador turístico promociona su destino o actividad como "sostenible" sin tener en cuenta las prácticas perjudiciales que, por otro lado, llevan a cabo, como podría ser el uso excesivo de plásticos o la falta de gestión adecuada de residuos que la actividad genera (Bio Azul, 2023). En muchos casos, estas empresas no abordan problemas clave como la sobreexplotación de los recursos naturales o el impacto negativo en las comunidades locales, pero logran atraer a turistas conscientes del medio ambiente con un pequeño gesto aislado.

Otra táctica frecuente podría ser el rebranding o cambio de imagen (*Slow Fashion Next*, 2023). En lugar de modificar sus prácticas o mejorar sus operaciones para reducir el impacto ambiental, muchas empresas recurren a una nueva estrategia de marketing que les permite presentarse como más ecológicas. Esto se ve, por ejemplo, cuando una cadena de hoteles cambia su logo y su eslogan para transmitir una imagen de "responsabilidad ambiental", pero en la práctica siguen utilizando los mismos materiales no sostenibles o no han implementado ninguna mejora significativa en sus instalaciones. El objetivo es modificar la percepción del cliente sin realizar un compromiso real con la sostenibilidad.

Imagen 7. Proyecto Blue Crystal en Dubai



Fuente: www.gaiambiente.es Fecha de consulta: 26/02/2025

Un claro ejemplo de lo más polémico es la construcción de un gran hotel de hielo en la ciudad desértica de Dubái. Pese a que este proyecto se presentara hace unos años como una opción innovadora y ecológica, la idea de mantener un hotel de hielo en un clima desértico estaba lejos de ser sostenible, ya que en realidad requeriría enormes cantidades de energía para su funcionamiento. Por el momento, el proyecto no pasó la fase conceptual y no parece que vaya a ser una realidad. No obstante, este es un claro ejemplo de que, por mucho que un proyecto pueda venderse como ecológico, ¿tiene algún sentido construir una infraestructura así en un lugar en el que la temperatura media ronda los 30 grados?

Estas tácticas de *greenwashing* en el turismo no solo engañan a los consumidores, sino que también desvían la atención de las empresas que realmente están invirtiendo en prácticas sostenibles y crean una competencia muy injusta para las empresas que se toman esta realidad muy en serio. A pesar de su apariencia ecológica, muchas de estas acciones son solo estrategias de marketing que buscan atraer a un segmento de turistas conscientes del medio ambiente sin cambiar realmente las operaciones que afectan al planeta.

Cuando una empresa es auténtica en su enfoque sostenible, está comprometida con la transparencia, la trazabilidad de sus productos y el uso de métodos de producción que minimicen el impacto ambiental. Esto no solo beneficia al medio ambiente, sino que también crea una ventaja competitiva, ya que los consumidores valoran y prefieren marcas que demuestran su compromiso real con la sostenibilidad, más allá de las promesas vacías. (Emociona Comunicación, 2024)

2. Estado de la Cuestión

2.1. Marco estratégico internacional hacia el turismo sostenible.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), como agencia especializada de las Naciones Unidas, presenta el turismo sostenible como una herramienta fundamental para promover un desarrollo inclusivo y sostenible a nivel global. La OMT señala que el turismo no solo impulsa la economía, sino que también tiene un profundo impacto en la sociedad y el medioambiente, por lo que su gestión debe ser responsable y cuidadosa. Esto implica planificar la actividad turística de manera que se garantice el bienestar de las comunidades locales que reciben visitantes, al mismo tiempo que se protege el entorno natural que hace único a cada destino. (ONU Turismo, 2025)

Según esta organización, dependiente de las Naciones Unidas, el turismo sostenible “considera plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales”. Además, debe atender las necesidades de los turistas, de la industria, del entorno y de las comunidades locales. Esta definición resalta la importancia de encontrar un equilibrio entre los intereses económicos y la preservación de los valores culturales y naturales que hacen que un destino sea atractivo. (ONU Turismo, 2025)

La OMT también enfatiza que el turismo juega un papel fundamental en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, especialmente en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Está directamente relacionado con el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico), el ODS 12 (producción y consumo responsables) y el ODS 14 (vida submarina).

2.2 Unión Europea

En el marco de la estrategia internacional para el fomento del turismo sostenible, la Unión Europea ha desempeñado un papel crucial, estableciendo iniciativas y reconocimientos que impulsan las prácticas sostenibles en el sector turístico. Un ejemplo es el reconocimiento "European Capital of Smart Tourism", creado por la Comisión Europea. Este reconocimiento premia a las ciudades que implementan el turismo inteligente,

basándose en modelos que promueven innovaciones sostenibles e inclusivas en el turismo (Smart Tourism, 2024).

La colaboración estrecha entre la Unión Europea y la Organización Mundial del Turismo (OMT) para fomentar el turismo sostenible a nivel mundial es un hecho destacado. La resolución del Parlamento Europeo del 25 de marzo de 2021, que define una estrategia de la Unión en materia de turismo sostenible, marca un hito significativo en este ámbito, tratando temas como la gobernanza o hablando sobre el turismo como actividad turística transversal

El compromiso de la Unión Europea con el turismo sostenible también se refleja en la integración de directrices y prácticas en su legislación y políticas públicas. La UE ha desarrollado múltiples directrices que abarcan desde la gestión de recursos naturales y culturales hasta la inclusión social y económica en el turismo. Estos lineamientos son aplicados en todos los estados miembros, asegurando un enfoque uniforme y eficiente en la promoción del turismo sostenible (Parlamento Europeo, 2025). Este enfoque legislativo no solo garantiza la protección ambiental, sino que también fomenta un desarrollo turístico que beneficia a las comunidades locales y visitantes por igual.

El turismo sostenible debe considerar sus repercusiones económicas, sociales y medioambientales, tanto actuales como futuras, atendiendo a las necesidades de los visitantes, del sector turístico, del medio ambiente y como no, de las comunidades locales. En este contexto, el sector del turismo y los viajes genera una huella ecológica global, que requiere de soluciones innovadoras y flexibles para mitigar su impacto. La Resolución del Parlamento Europeo sobre la estrategia de turismo sostenible (2021) señala que el turismo debe ser promovido de manera que se respete tanto la biodiversidad como la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras, garantizando beneficios socioeconómicos para todos los actores involucrados (Parlamento Europeo, 2021).

Entre las conferencias más recientes que abordaron el turismo sostenible, encontramos el Foro Europeo de Turismo celebrado en la ciudad de Palma de Mallorca a finales de octubre de 2023, evento organizado por la Comisión Europea. En esta conferencia, la temática tratada fue precisamente: “La dimensión competitiva y sostenible del turismo en

Europa”, centrándose en la sostenibilidad social del turismo y abordando aspectos innovadores como el establecimiento de indicadores que permitan medir la sostenibilidad turística, la formación de trabajadores en ámbitos sostenibles o la búsqueda del equilibrio entre turistas y residentes (González, Héctor, 2023). Además, esta declaración subraya la importancia de garantizar el bienestar de las comunidades locales, promoviendo una mayor implicación ciudadana, una distribución justa de los beneficios del turismo y la mejora de la calidad del empleo en el sector. Este tipo de directrices constituyen pilares fundamentales para avanzar hacia un turismo europeo que respete los valores sociales, ambientales y económicos de la Unión.

Imagen 8. Conferencia de Palma, 2023



Fuente: www.diariodemallorca.es Fecha de consulta: 24/04/2024.

Por tanto, la Resolución del Parlamento Europeo de 2021 y más adelante, la Declaración de Palma del año 2023, refuerzan la necesidad de una transición hacia un modelo turístico más resiliente, equitativo y socialmente sostenible. la Declaración de Palma subraya la importancia de garantizar el bienestar de las comunidades locales, promoviendo una mayor implicación ciudadana, una distribución justa de los beneficios del turismo y la mejora de la calidad del empleo en el sector. Ambos documentos constituyen pilares fundamentales para avanzar hacia un turismo europeo que respete los valores sociales, ambientales y económicos de la Unión. (Declaración de Palma, 2023).

2.3 Marco estratégico actual en España. Estrategia y Planes de Destino Sostenible Turístico

Para avanzar hacia un modelo de turismo más sostenible, España está implementando diversas estrategias y acciones, entre ellas, la más destacada es la estrategia de turismo sostenible de España 2030. Esta estrategia consiste en una agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo, impulsando los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial. Su objetivo es transformar el sector hacia un modelo de crecimiento sostenido, competitivo y respetuoso con los valores naturales y culturales. Busca mantener el liderazgo mundial del turismo, garantizando una distribución equitativa de los beneficios y cumpliendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. (Ministerio de Industria y Turismo, 2025).

Imagen 9. Logotipo de Agenda 2030



Fuente: www.biares.com Fecha de consulta: 20/04/2025

Los tres pilares centrales de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 se desarrollan a través de ocho ejes clave, presentados por el Consejo Español de Turismo (CONESTUR) en el año 2022. Estos ejes abordan los principales retos y oportunidades que enfrenta el sector, con el objetivo de redefinir el modelo turístico en España desde su lanzamiento en 2021 hasta el horizonte marcado por la agenda: el año 2030. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2022).

Tabla 1. Los 8 ejes que definen la estrategia sostenible de España 2030

Impulso a la digitalización	Tecnologías como la inteligencia artificial y el Big data jugarán un papel clave en la optimización de costos, la mejora de la promoción y el refuerzo de la competitividad del sector.
Sostenibilidad social	Fomentar la conservación de los entornos naturales, las tradiciones y el bienestar de las comunidades locales.
Sostenibilidad ambiental	Reducir la huella ecológica y garantizar un equilibrio entre el turismo y el medioambiente.
Mejora de la conectividad y movilidad	Optimizar la intermodalidad y el transporte para ofrecer una mejor experiencia al visitante de forma sostenible
Innovación en experiencias y productos	Apostar por nuevos modelos turísticos que combinen creatividad y tecnología para diversificar la oferta.
Captación y formación de talento:	Formar y retener a agentes claves del sector para asegurar una experiencia turística de calidad
Diferenciación de los destinos turísticos	Adaptar la gestión de los destinos en función de sus características para ofrecer propuestas ajustadas a cada realidad.

Elaboración propia. Nota de prensa, 20 de octubre de 2022. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Fecha de realización: 14/06/2025

Para lograr este objetivo en materia de sostenibilidad, es fundamental que los destinos empiecen a incorporar prácticas responsables en todos los aspectos de su gestión. Es importante que tanto los turistas como los operadores turísticos reciban formación y concienciación sobre la necesidad de cuidar los recursos naturales y culturales. Y sería imprescindible que los destinos turísticos diversifiquen sus propuestas, de modo que se reduzca la saturación en lugares muy visitados y se promueva el turismo en zonas menos concurridas, pero del mismo valor cultural. (ONU Turismo, 2025).

Además, es esencial fomentar la colaboración entre el sector público, las empresas privadas y las comunidades locales, para que todos trabajen juntos en la misma dirección. Por último, la innovación tecnológica puede ser una gran aliada en este proceso, ayudando a optimizar la gestión de recursos, reducir la huella ecológica y ofrecer una experiencia más enriquecedora para los turistas, sin poner en peligro el entorno. (España Digital, 2025)

España es líder mundial en el sector turístico. Además, este constituye uno de los principales pilares de nuestra economía, aportando el 11,7% del Producto Interior Bruto (PIB) y empleando al 12,5% del total de afiliados en España. (Wikigeografía, 2025)

La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 es un compromiso y un plan que debe contribuir a la consecución de los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas. El objetivo de la nueva Estrategia es sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, que nos permita consolidar a España como líder mundial en el sector.

Esta estrategia se estructura enmarcada en cinco ejes, cada uno de los cuales incluye líneas de actuación específicas. Estos ejes y líneas de actuación se han diseñado con el objetivo de impulsar un turismo sostenible, competitivo y de calidad en España, aprovechando las fortalezas y características diferenciadoras del país.

Entre los ejes estratégicos de actuación encontramos los siguientes:

1. Gobernanza Colaborativa
2. Crecimiento Sostenible
3. Transformación Competitiva
4. Espacio turístico, empresas y personas
5. Producto marketing e inteligencia turística

Tabla 2. Principios de la estrategia

1. Crecimiento Socioeconómico	Trabajar en favor de la competitividad y en favor del proceso de transformación digital. Siempre apostando por la calidad.
2. Preservación de los valores naturales y culturales	La conservación de nuestro extenso patrimonio cultural y natural como objetivo prioritario
3. Beneficio Social	Conseguir un reparto equitativo de los beneficios del sector
4. Participación y Gobernanza	Gobernanza entre el Estado y los organismos competentes
5. Adaptación permanente	Posibilitar al entorno de capacidad de pronta respuesta ante los cambios constantes
6. Liderazgo	Seguir consolidando a España como líder mundial en Turismo

Fuente: Elaboración propia de www.turismo.gob.es Fecha: 29/04/2024

2.4. Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos

Los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD) son una herramienta que busca transformar el turismo hacia un modelo más verde y sostenible. Estos planes comenzaron a implementarse en el año 2021 y están pensados para que los destinos turísticos mejoren en aspectos como la gestión del agua, la energía, el entorno natural y la digitalización, y son presentados por cada Comunidad Autónoma, tras una consulta con los municipios y las regiones afectadas, ya que, en primera instancia, son los principales defensores de sus propios intereses. Únicamente las entidades públicas están autorizadas para presentar los planes, no obstante, el sector privado puede y participa activamente en el desarrollo de numerosas acciones contempladas en ellos (Estrategia de Sostenibilidad Turística en destino, 2021).

Los planes tienen que incluir actuaciones dentro de cuatro grandes bloques: transición verde, eficiencia energética, digitalización y competitividad. Además, deben repartir el presupuesto entre todos esos bloques, dedicando al menos un 10% a cada y obligatoriamente al menos un 20% destinado a eficiencia energética.

Imagen 10. Imagen oficial de la Convocatoria 2023



Fuente: www.lamoncloa.gob Fecha de consulta: 15/06/2025.

Los destinos se agrupan por categorías (rural, urbano, sol y playa, etc.) y cada uno puede elegir la que mejor se ajuste a su realidad, incluso aunque su población no encaje exactamente con los límites establecidos. Lo importante es justificar bien la elección y que el plan tenga sentido para el territorio

En las tres convocatorias que ya han existido, la del año 2021 estuvo muy marcada por la situación pospandémica y el Año Xacobeo en Galicia 21-22. Se destinó un 7 % del presupuesto al Plan Nacional de Sostenibilidad Turística en Destino, con al menos un 3,5 % para planes PSTD y el resto para Acciones de Cohesión en Destino. La Secretaria de Estado de Turismo (SETUR) coordinó el proceso junto a las Comunidades Autónomas y Entidades Locales. (Estrategia de Sostenibilidad Turística en destino, 2021)

Por consiguiente, la convocatoria de 2022 dio continuidad al programa financiado con los fondos Next Generation EU, enfocándose en la transformación de destinos maduros y el impulso a destinos rurales con potencial de desestacionalización. Se priorizó la

sostenibilidad ambiental, la digitalización y el equilibrio territorial. La SETUR lideró la aprobación de los planes a través de la Conferencia Sectorial de Turismo.

La última convocatoria conocida hasta la fecha, la del año 2023, se caracterizó por ser la más numerosa, con 147 proyectos seleccionados en todo el país, y más de 500 propuestas recibidas. En esta convocatoria se valoró la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el impacto económico local, la colaboración público-privada, la innovación tecnológica y la adaptación al cambio climático. Esta edición consolidó los PSTD como una política estructural en la planificación turística nacional.

2.5 Buenas prácticas

Uno de los ejemplos más actuales de cómo implementar prácticas responsables dentro del sector turístico es la ciudad de Gijón. Reconocida como Destino Sostenible, Gijón ha sido un referente en la integración de estos aspectos. En 2013, la ciudad recibió la certificación “Biosphere World Urban Destination” otorgada por el Instituto de Turismo Responsable (ITR) y respaldada por la UNESCO.

En 2025, Gijón sigue consolidándose como un modelo de sostenibilidad en el turismo. Recibió, durante la pasada edición de FITUR¹, el premio al Mejor Equipo Gestor del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED), lo que refuerza su reputación como referente en calidad y sostenibilidad en el sector turístico. Este premio refleja la dedicación del equipo gestor local y la continua mejora de los servicios turísticos de la ciudad, asegurando que la experiencia de los visitantes cumpla con los estándares más altos.

El Plan de Sostenibilidad Turística en Destino "Gijón, identidad, sostenibilidad y digitalización" ha sido clave para este éxito. Este plan se enfoca en cuatro pilares estratégicos: transición verde, que promueve la restauración paisajística y mejoras en el Camino de Santiago; eficiencia energética, que favorece la movilidad sostenible y la optimización de instalaciones como el Albergue de Peregrinos; transformación digital, al

¹ La Feria Internacional del Turismo de España (FITUR), es uno de los encuentros turísticos más importantes a nivel mundial que se celebra anualmente en Madrid en los nueve pabellones del recinto ferial de IFEMA. En ella se desarrollan numerosas actividades como reuniones, conferencias, asambleas y festivales sobre la tradición de diferentes regiones tanto nacionales como internacionales. (Turismo Madrid, 2025)

digitalizar recursos turísticos como museos y al crear una Oficina de Turismo Inteligente; y competitividad, recuperando y valorando el patrimonio histórico local, como los refugios antiaéreos del casco antiguo. (Gijón Turismo, 2025).

Imagen 11. Ciudad de Gijón



Fuente: Forbes. Fecha de consulta: 22/04/2025

El trabajo conjunto entre el sector público y privado ha sido fundamental para alcanzar estos logros. La ciudad sigue avanzando hacia un modelo de turismo responsable, sostenible e inclusivo, que beneficia tanto a los visitantes como a los residentes de la ciudad. Gijón no solo ha sido capaz de implementar prácticas de sostenibilidad, sino que también está creando un impacto positivo en su comunidad, asegurando que el turismo siga siendo un motor económico a largo plazo sin comprometer el medio ambiente ni la cultura local.

Otro ejemplo de buena práctica podría ser la plataforma web AdapteCCa. Esta representa un claro ejemplo de buenas prácticas en la lucha contra el cambio climático en España. El objetivo fundamental de esta web es fortalecer las capacidades de la sociedad y las administraciones en sus esfuerzos de adaptación, en plena consonancia con los principios y metas del Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (PNACC). (Fuente: AdapteCCa, 2025)

La iniciativa ha sido fruto de la colaboración entre la Oficina Española de Cambio Climático (OECC) y la Fundación Biodiversidad, ambas adscritas al Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, y busca tener una doble función:

proporcionar acceso a una base de conocimiento actualizada sobre la adaptación al cambio climático en nuestro país, y actuar como un instrumento abierto que fomenta la comunicación y la coordinación entre los diversos actores involucrados, incluyendo administraciones, comunidad científica y planificadores tanto públicos como privados.

Esta herramienta aborda necesidades de sectores específicos, como la sección dedicada al turismo, la cual ofrece información y herramientas para comprender los impactos del cambio climático en la industria turística y las soluciones de adaptación disponibles. Esta particularidad subraya cómo una buena práctica puede ser inclusiva y responder a las especificidades de distintos sectores, contribuyendo así a una adaptación más integral y efectiva.

Imagen 12. Captura de la web de AdapteCCa.



Fuente: AdapteCCa.es Fecha de consulta: 09/06/2025

3. Análisis de caso. Planes de Sostenibilidad en Destino Turístico. La Rioja.

3.1. Contextualización de la Rioja

La Comunidad Autónoma de La Rioja es una región situada en el norte de España, conocida por su rica tradición vinícola, su gastronomía y su patrimonio cultural. Esta, está limitada por las comunidades de Navarra, País Vasco, Castilla y León y Aragón, se caracteriza por una gran diversidad de paisajes, desde las montañas de la Sierra de la Demanda hasta los valles del río Ebro.

La Rioja es famosa por su vino, siendo una de las regiones vinícolas más importantes del mundo, con numerosas bodegas y viñedos. Además, la región es un destino popular para los amantes de la gastronomía, con productos típicos como los espárragos, los pimientos o el champiñón.

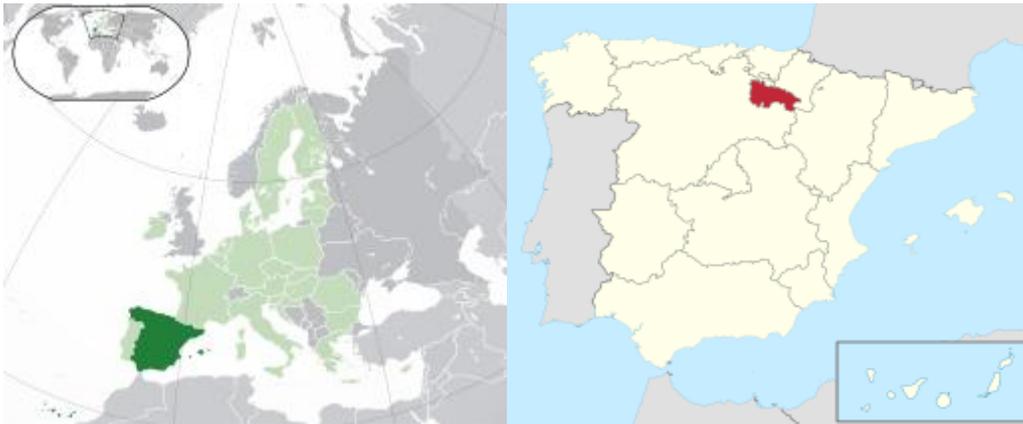
La región también es conocida por su historia y sus monumentos, como el Camino de Santiago, que atraviesa parte de La Rioja, y su arquitectura medieval, destacando en concreto, el monasterio de San Millán de la Cogolla, declarado Patrimonio de la Humanidad.

Su economía se basa principalmente en la agricultura, la industria, especialmente la vinícola, y el sector servicios. Por ello el sector primario representa el 5,8% del PIB de la economía riojana. El sector secundario destaca por la producción de calzado y textiles en concreto en la localidad de Arnedo y alrededores, así como, empresas dedicadas a la construcción, contribuyendo con el 27,3% y 6,5% respectivamente. Por último, el sector terciario o servicios está siendo cada vez más relevante con un 56,8%². En este último, cabe destacar la importancia del turismo en la comunidad que en 2024 registró más de 1 millón de pernoctaciones³. La Rioja es una comunidad pequeña, pero cuenta con un alto nivel de calidad de vida, y su capital, Logroño, es un importante centro comercial y cultural de la región. (Lariojaturismo, 2024)

² Datos obtenidos de 2024 en la web oficial del Instituto Nacional de Estadística (INE): https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=3994#_tabs-mapa

³ Datos obtenidos de 2024 en la web del INE. Fuente: https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2074#_tabs-grafico

Imagen 13. Ubicación de la comunidad autónoma de La Rioja



Fuente: www.wikipedia.es Fecha de consulta: 15/03/2025

En cuanto a su población, La Rioja ha experimentado un crecimiento moderado, contando en 2024 con aproximadamente 325.000 habitantes y situándose, así como la comunidad autónoma de España más pequeña en cuanto a población. No obstante, ha de tenerse en cuenta que es la comunidad autónoma peninsular más pequeña en cuanto a extensión, con tan solo 5.045 km cuadrados

Imagen 14. Este 2024 La Rioja ha batido su récord histórico de población.



Fuente: www.larioja.com 28/12/2024

Entre los recursos turísticos más destacados de la Comunidad Autónoma de La Rioja se encuentra el enoturismo. En 2023, La Rioja alcanzó un récord en visitas a bodegas, con más de 800.000 personas explorando sus viñedos y disfrutando de las experiencias que ofrecen las bodegas de la región. Este sector sigue siendo un pilar fundamental para el

turismo de la comunidad, consolidando a La Rioja como líder en los mercados internacionales del vino (Web Vinosdo.wine, 2025)

Otro de los principales atractivos turísticos de la región es su gastronomía. Esta, se encuentra estrechamente relacionada con el vino, ya que muchos de sus platos tradicionales se preparan con ingredientes locales que reflejan la identidad de la región. En cuanto a fiestas y tradiciones, La Rioja ofrece celebraciones de gran relevancia, como la Batalla del Vino de Haro, declarada Fiesta de Interés Turístico Internacional en 2011.

Esta fiesta, que se celebra cada 29 de junio, atrae a miles de personas que se visten de todo el mundo. Además, la fiesta de los danzadores de Anguiano es otra de las tradiciones más importantes, donde los danzadores, realizan una danza en honor a las festividades locales. La región también cuenta con un importante patrimonio histórico y cultural, como el Monasterio de San Millán de la Cogolla, Patrimonio de la Humanidad, y la Catedral de Santo Domingo de la Calzada, conocida por su conexión con el Camino de Santiago. Otros elementos de interés histórico incluyen los castillos medievales y el casco antiguo de ciudades como Logroño y Haro. (Faustino Rivero, 2022).

3.2. Los proyectos aprobados

El Consejo de Gobierno de La Rioja aprobó en el año 2024, los convenios de la Consejería de Cultura, Turismo, Deporte y Juventud para la implementación de los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino en los municipios de Haro, Calahorra, Alfaro y Ocón. Estos proyectos, que movilizarán un total de 5.405.000 euros financiados por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU, hasta el 2027, están enmarcados en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España. El objetivo principal de estas iniciativas es transformar los destinos turísticos riojanos hacia un modelo basado en la sostenibilidad, abarcando los factores medioambientales, socioeconómicos y territoriales. (Diario digital NueveCuatroUno, 2024)

Los cuatro planes seleccionados tienen como propósito destacar la oferta turística de La Rioja, pero de manera que se promueva la protección del medioambiente y se refuerce la economía local. El primero de estos planes es Haro Wine Tourism & Talent, cuyo objetivo es consolidar a Haro como un referente en enoturismo. Este proyecto pone en

valor la tradición vinícola de la región y prevé la creación de infraestructuras sostenibles, como los itinerarios verdes que conectarán con el entorno de su antigua muralla.

Imagen 15. Barrio de la estación. Haro - La Rioja



. Fuente: www.traveler.es Fecha de consulta: 29/04/2024

El segundo plan, Calahorra Enogastrómica, destaca la enogastronomía y la conservación del patrimonio cultural y paisajístico de la ciudad. A través de la adecuación de las industrias agroalimentarias y vitivinícolas locales, se busca convertir a Calahorra en un destino turístico centrado en la cultura del vino y la gastronomía, atrayendo a turistas interesados en estos ámbitos. (Diario Rioja2, 2024).

El vino de siempre, en Alfaro, tiene como objetivo la transformación digital y sostenible de la cadena de valor del vino. Este proyecto también incorporará la valorización de la arqueología romana de la ciudad, mientras promueve el enoturismo a través de visitas a bodegas y viñedos, fusionando tradición y modernidad.

Por último, el proyecto Ocón, paisaje humanizado se enfoca en revitalizar el entorno natural de la localidad, promoviendo un turismo sostenible que se integra armónicamente con el paisaje y la cultura local.

Estos planes reflejan el firme compromiso de La Rioja con la sostenibilidad turística, no solo para atraer a más visitantes, sino también para garantizar que el desarrollo del sector

se realice de manera responsable con el medioambiente y las comunidades locales.
(Diario Rioja2, 2024).

Tabla 3. Tabla PSTD aprobados en La Rioja en 2023

PROYECTOS APROBADOS 2023	Fechas	Presupuesto	Objetivo	Ámbito de actuación	Impactos esperados	Fases de ejecución
Haro Wine Tourism & Talent	2023 - 2026	2.405.000 €	Fortalecer el enoturismo y el patrimonio cultural y natural de Haro, incluyendo la adecuación de recorridos verdes y la mejora del entorno de la antigua muralla de la ciudad	Urbano	Mejora de 20 000 m ² ribera, 3 000 m ² itinerario accesible, 3 750 m ² renaturalizados ; se espera incremento de visitantes y turismo sostenible	Contrato adjudicado en enero 2025; fase de diseño y dirección de obra
Ocón, paisaje humanizado	2023 - 2026	1.000.000 €	Impulsar la sostenibilidad y la desestacionalización del turismo en la Reserva de la Biosfera de La Rioja, promoviendo el emprendimiento y la lucha contra la despoblación, con iniciativas como la creación de un observatorio astronómico	Rural	Creación de ruta ciclable, mirador estelar, zonas verdes y áreas para autocaravanas; fomento despoblación + turismo astronómico	En ejecución (obras iniciadas, licitación digitalización, mirador concluido)
El Vino de Siempre	2023 - 2026	1.000.000 €	Transformar de manera verde, sostenible y digital la cadena de valor del vino en Alfaro, promoviendo el enoturismo mediante visitas a bodegas y viñedos, y poniendo en valor la arqueología de la ciudad romana	Urbano/Etnológico	Diseño de marca turística; visitas en bodegas y yacimiento	Aprobado, en fase inicial

Calahorra Enogastron ómica	2023 2026	-	1.000.000 €	Fomentar el enoturismo y el patrimonio cultural y paisajístico de Calahorra, adecuando las industrias vitivinícolas, conserveras y agroalimentarias locales como atractivo turístico	Urbano patrimoni al	Incremento de visitantes	Gerencia adjudicada en junio 2024; ejecución hasta abril 2026
----------------------------------	--------------	---	-------------	--	---------------------------	-----------------------------	---

Fuente: Elaboración propia a través de las siguientes fuentes: Europa Press (2024), La Rioja (2024), COPE (2024). Fecha: 16/05/2025

3.3. Plan de Sostenibilidad Turística en Destino - Haro

El Plan de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD) de la localidad riojana, *Haro Wine Tourism & Talent*, forma parte del Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destino de la Comunidad Autónoma de La Rioja 2023, con una asignación presupuestaria de 2.405.000 euros. Este plan fue presentado por el Ayuntamiento de Haro en respuesta a la convocatoria ordinaria de los Planes de Sostenibilidad Turística de Destino impulsada por la Secretaría de Estado de Turismo. El proyecto fue aprobado en la última convocatoria (2023) y tiene un periodo de implantación de tres años (Boletín Oficial del Estado, 2025).

Para la ejecución de este plan el Ayuntamiento aprobó en un pleno extraordinario con fecha de 18 de enero de 2024⁴ la creación de una comisión que controlará el desarrollo de las inversiones, la ejecución del gasto y el cumplimiento de los hitos y objetivos concretos de cada intervención del plan territorial. El programa está estructurado en cuatro ejes principales: transición verde y sostenibilidad, eficiencia energética, transición digital y competitividad, todos ellos enfocados en el entorno del Barrio de la Estación.

Tabla 4. Presupuesto del plan de Haro según su eje de actuación

Ejes Programáticos	Actuaciones	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Total
EJE 1 Transición verde y sostenible	Adecuación y mejora del confort climático del Barrio de la Estación	65.000 €	105.000 €	80.000 €	250.000 €
	Restauración y adecuación ambiental del espacio anexo al ascensor público	50.000 €	70.000 €	60.000 €	180.000 €
	Medición, monitorización y control ambiental y de la calidad del aire	11.000 €	30.000 €	10.000 €	51.000 €
	Adecuación y mejora de la ribera del río Tirón	20.000 €	50.000 €	30.000 €	100.000 €
	Total EJE 1	160.000 €	280.000 €	200.000 €	640.000 €
EJE 2 Mejora de la	Eficiencia energética en Barrio de la Estación	30.000 €	35.000 €	25.000 €	90.000 €

⁴ Sacado de la sesión plenaria de la página oficial del Ayuntamiento de Haro. Fuente: <https://www.haro.org/descargas/ficha/9936>

eficiencia energética	Diseño y adecuación de recorridos verdes Centro-Bodegas-Territorio	75.000 €	110.000 €	100.000 €	285.000 €
	Integración de energía fotovoltaica en infraestructuras urbanas	60.000 €	85.000 €	70.000 €	215.000 €
	Total EJE 2	165.000 €	230.000 €	195.000 €	590.000 €
EJE 3 Transición digital	EnoVerso Haro: Banco digital del conocimiento	60.000 €	75.000 €	55.000 €	190.000 €
	EnoVerso Haro: Gemelo Digital del Barrio de la Estación	45.000 €	75.000 €	75.000 €	195.000 €
	Smart Data Observatorio Enoturismo Haro	15.000 €	145.000 €	135.000 €	295.000 €
	Flujos de movilidad turística Haro	30.000 €	55.000 €	35.000 €	120.000 €
	Total EJE 3	150.000 €	270.000 €	170.000 €	590.000 €
EJE 4 Competitividad	Agendas de Innovación en Enoturismo en Bodegas	45.000 €	60.000 €	30.000 €	135.000 €
	Centro de Interpretación 'Haro, estación del vino'	45.000 €	60.000 €	60.000 €	165.000 €
	Haro EnoGastro: cocina tradicional e internacional	30.000 €	45.000 €	30.000 €	105.000 €
	Plataforma de gestión del plan Haro Wine Tourism & Talent	15.000 €	15.000 €	15.000 €	45.000 €
	Plan de Marketing y Comunicación	30.000 €	50.000 €	45.000 €	125.000 €
	Total EJE 4	165.000 €	230.000 €	180.000 €	575.000 €
TOTAL GENERAL		630.000 €	1.015.000 €	760.000 €	2.405.000 €

Elaboración propia de tabla a partir de Imagen sacada del pleno del 18 de enero de 2024 Fuente:

Ayuntamiento de Haro. Fecha de consulta: 15/06/2025

El objetivo principal del proyecto *Haro, Wine, Tourism and Talent* es promover el fortalecimiento del enoturismo y el patrimonio cultural y natural de la ciudad. Entre las acciones previstas destacan el diseño y la adecuación de recorridos verdes que mejoran el entorno de la ribera del río Tirón (ver fotografía número 16), así como la restauración de la antigua muralla de la ciudad (NueveCuatroUno, 2025). También se incluye la iniciativa lanzada en este mismo año, una ‘EnoComunidad’ denominada *Enoverso*.

El primer eje del plan valora la transición verde y sostenible de los espacios. En este eje comenzamos viendo una clara adecuación y mejora de la ribera del río tirón pasando por el confort climático de la estación y la creación de un ascensor desde la atalaya hasta el barrio de las bodegas. También se incluye la medición y el control de la calidad del aire.

El segundo eje comprende una mejora en la eficiencia energética de la localidad. Como la instalación de placas fotovoltaicas en instituciones públicas o la mejora de la eficiencia energética del barrio de la estación.

Imagen 16. Pasarela turística de unión entre las bodegas y el centro histórico. Eje número 1



Fuente: www.harodigital.com Fecha de consulta: 16/06/2025

El tercer eje, también con un presupuesto total de 590.000 euros, correspondería con la partida dedicada a la transformación digital de la localidad. Principalmente, este plan iría dedicado a la iniciativa "Enoverso", la cual busca la creación de una 'EnoComunidad' que tiene por objetivo, la generación de valor para los actores locales mediante la cooperación público-privada. A su vez, se centrará en la optimización de recursos y el fortalecimiento de la identidad ecoturística del municipio y su comarca con la innovación en experiencias y productos enoturísticos. (NueveCuatroUno, 2025). Esta iniciativa ha comenzado a dar sus primeros pasos en el año 2025 con la reunión convocada por el ayuntamiento de Haro invitando a más de 50 establecimientos turísticos para recibir la primera retroalimentación por parte de ellos.

El cuarto y último eje con algo menos de presupuesto, está centrado en la competitividad. Aquí encontramos el presupuesto destinado a la creación del plan de marketing y

comunicación, además de la creación de un centro de interpretación y una plataforma específica de gestión del plan.

El plan contempla además el fortalecimiento y la ampliación de la oferta enoturística, junto con el desarrollo de nuevos productos turísticos digitales, en línea con la apuesta por la innovación del destino. Asimismo, se planea impulsar la digitalización integral del sector ecoturístico y fomentar tanto la competitividad como la captación y retención del talento. El programa incorpora una dimensión social relevante, generando nuevas oportunidades de formación y empleo para colectivos diversos, y contribuye a la descarbonización y transición energética de la ciudad.

3.4. Diagnóstico

En este punto voy a realizar una síntesis del estudio conforme a las respuestas obtenidas en ambas entrevistas y el análisis de la información obtenida previamente.

Desde el punto de vista institucional, el plan surge como una respuesta directa a la necesidad de recuperar el sector turístico de la localidad tras la pandemia de COVID-19. Rafael García, concejal de Turismo de Haro, explicó que esta situación crítica también supuso una oportunidad para reorientar el modelo turístico hacia un enfoque más sostenible y con un impacto positivo en la ciudadanía del municipio.

En cuanto a la empresa privada, Bodegas RODA conoció el plan a través del Ayuntamiento y valoró positivamente la posibilidad de mejorar aspectos clave del turismo en la zona. Vega Angulo destacó que, desde su punto de vista, aún existen muchas áreas susceptibles de mejora, lo que refuerza la importancia y necesidad del plan.

Ambas entrevistas coinciden en señalar la sostenibilidad como eje central del proyecto aprobado. El concejal subraya el objetivo de posicionar a Haro como un destino ecoturístico sostenible, inteligente e inclusivo, generando un entorno atractivo no solo para turistas, sino también para el talento y la innovación vinculados al mundo del vino. Por su parte, desde la empresa bodeguera, este enfoque se ve como una oportunidad para fortalecer la marca de destino rioja, siempre que se consiga una verdadera coordinación entre todos los actores implicados.

En la entrevista con Rafael, pude comprobar que sus respuestas están en línea con lo investigado y evidencian su gran compromiso para sacar adelante este plan. De hecho, tanto él como la directora de enología de la empresa privada coincidieron en que la investigación y el desarrollo del plan están siendo llevados a cabo por la empresa Tecnalia Research & Innovation, con sede en Derio, Vizcaya.

Tabla 5. Análisis DAFO de Haro

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estacionalidad del turismo con altos picos en verano y vendimias. - Infraestructura hotelera limitada en temporada alta. -- - Falta de herramientas de control y medición en materia de contaminación Dependencia de energías no renovables 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia de otros destinos enoturísticos emergentes como Ribera de Duero - Cambio climático presente con afectación a la producción vitivinícola. - Pérdida de autenticidad si el turismo es masificado - Dificultades para retener talento joven en un sector tradicional.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imagen consolidada como capital y cuna del Rioja dentro de la región. - Conjunto de la mayor cantidad de bodegas centenarias del mundo en el Barrio de la Estación. - Alto atractivo patrimonial, histórico y paisajístico. - Reconocimiento nacional e internacional de la localidad de Haro 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de la oferta con enoturismo cultural, gastronómico y experiencial. - Mejora de la infraestructura turística gracias al PSTD. - Integración de Haro en redes de turismo inteligente y sostenible. - Atracción de eventos y de otros tipos de turismo como ferias o congresos

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://harodigital.com/noticias-de-haro/las-debilidades-y-fortalezas-de-haro-para-convertirse-en-destino-turistico-de-referencia/>

Fecha de realización: 28/06/2025

El Ayuntamiento de Haro actúa como promotor del plan, pero es Tecnalia quien lo ejecuta y ha contactado directamente con las bodegas y otros actores turísticos para conocer de primera mano sus necesidades y problemas. Esta empresa es oficialmente la responsable del desarrollo del plan, en colaboración con el sector empresarial, las bodegas locales y

las asociaciones hosteleras y turísticas. Aunque el Ayuntamiento lidera la iniciativa, el tejido empresarial local juega un papel fundamental, como marca el planteamiento de turismo sostenible.

Desde Bodegas RODA se confirma que esta colaboración está en una fase inicial, pero Vega Angulo señala que Tecnalía ya ha visitado personalmente bodegas, restaurantes y hoteles para entender su realidad, lo que demuestra una intención clara de aproximación directa y adaptada al territorio.

Uno de los elementos clave del plan es la creación de un sistema de indicadores que permita medir el impacto real, tanto en términos de sostenibilidad como de posicionamiento turístico. Este enfoque evaluativo refleja una planificación con visión a medio y largo plazo.

En el ámbito empresarial, el plan se percibe como una puerta abierta a nuevas oportunidades, siempre que se garantice una implementación efectiva y una colaboración real entre los distintos agentes. Vega Angulo destacó que Bodegas RODA ya tiene un compromiso consolidado con la sostenibilidad, lo que facilitará su integración activa en este nuevo modelo.

Ambas entrevistas coinciden en que el trabajo conjunto y la coordinación entre actores son retos fundamentales para que el plan tenga éxito. La construcción de una marca de destino fuerte, coherente y sostenible requiere superar posibles fragmentaciones o intereses individuales. En palabras de Vega Angulo, “si las diferentes empresas de Haro y su comarca somos capaces de trabajar juntas y crear alianzas, el éxito estaría asegurado”

4. Conclusiones

La sostenibilidad turística está en boca de todos, y no es para menos en un país donde el turismo es uno de los pilares económicos. Queramos o no, la única forma real de frenar el avance del cambio climático pasa por replantear el modelo actual y apostar por alternativas más verdes y responsables. No se trata de hacer pequeños retoques, sino de llevar a cabo una transformación profunda que logre equilibrar el desarrollo económico, el cuidado del entorno y el bienestar de las personas.

Ahora tenemos la oportunidad de no cometer los mismos errores del pasado. Es el momento de repensar lo que ya existe y convertirlo en algo que no solo no nos perjudique, sino que nos permita vivir mejor, también en términos económicos. Las decisiones que se tomen hoy marcarán el camino de las generaciones que vienen, y por eso es tan urgente actuar con inteligencia, sentido común y responsabilidad.

Los planes de Sostenibilidad en Destino son una gran alternativa para que pequeños destinos que, pese a poseer grandes capacidades y recursos, suelen enfrentarse a limitaciones financieras. Estos planes puedan optar por sacar adelante proyectos muy ambiciosos para el desarrollo turístico sostenible y la perdurabilidad de los mismos.

La convocatoria del año 2023 concedió a la comunidad riojana cuatro planes distribuidos en todo su territorio que se encuentran ahora mismo en pleno proceso de desarrollo y transformación de los destinos seleccionados.

Este trabajo, principalmente centrado en la capital de la comarca riojaleña hace hincapié en la importancia de impulsar proyectos sólidos, bien pensados y con visión de futuro. Haro, en este contexto, tiene mucho que decir. Es una ciudad con un gran potencial turístico, el cual ha estado desaprovechado durante demasiado tiempo y este nuevo plan puede ser una verdadera oportunidad para relanzar su imagen y atraer un turismo de calidad, respetuoso con el entorno y conectado con la identidad propia de la región.

En la localidad de Haro, entre las principales carencias se encuentra la falta de una planificación estratégica que no ha permitido implementar una estrategia integral de gestión turística sostenible, lo cual ha provocado un crecimiento desorganizado del sector y una mala explotación de los recursos disponibles. Además, los numerosos cambios de gobierno con sus respectivas políticas, creo que no ha contribuido nada al bienestar y al desarrollo de proyectos firmes que hayan podido dar buenos resultados. A todo esto, debemos sumarle otros problemas como la estacionalidad o la falta de personal cualificado.

La implementación del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino '*Haro Wine, Tourism & Talent*' es fundamental para garantizar que el crecimiento turístico de la ciudad sea justo, sostenible y beneficioso para todos los actores involucrados. No obstante, hemos de ser conscientes de que estamos al principio de los primeros proyectos implementados

y solo una vez los cuatro ejes hayan sido ejecutados, podremos observarse los resultados y ver si realmente todo este esfuerzo e inversión ha merecido la pena

REFERENCIAS

Andrade, J. M., Peña, L. C., & Palencia, S. Y. (2023). Impactos ambientales derivados del ecoturismo alrededor del mundo. *Aglala*, 14(2), 205–225. <https://revistas.uninunez.edu.co/index.php/aglala/article/view/2392>

Administrador. (2024, 23 septiembre). ¿Qué es la Certificación Biosphere? | Evalore. Evalore. <https://evalore.es/que-es-la-certificacion-biosphere/>

An EU initiative to reward innovative and smart tourism in European Cities! (s.f). European Capital And Green Pioneer Of Smart Tourism. <https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu>

Ayuntamiento de Haro & Gobierno de La Rioja. (2024, enero 18). Convenio para la ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística en Destino “Haro Wine Tourism & Talent”.

Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, (17), 155–163.

Cambio climático: los destinos turísticos paradisíacos en peligro de desaparecer. (2024, mayo 23). BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c6ppjydm1r7o>

Carvalho, P. (2024, 23 mayo). Cambio climático: los destinos turísticos paradisíacos en peligro de desaparecer. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c6ppjydm1r7o>

Cisneros, A. (2024). Greenwashing y sostenibilidad: ¿Compromiso real de las marcas? <https://emocionacomunicacion.com/la-sostenibilidad-de-las-marcas-una-estrategia-de-marketing-o-un-compromiso-real/>

Climate Consulting. (2023, 11 septiembre). Greenwashing: definición y ejemplos. <https://climate.selectra.com/es/que-es/greenwashing>

Communications. (2023). ¿Cómo afecta el cambio climático al turismo? Otras consecuencias. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-afecta-el-cambio-climatico-al-turismo-otras-consecuencias/>

COPE. (2024, 2 de abril). Aprobados los convenios por 5,4 millones para los planes de sostenibilidad turística de Haro, Calahorra, Alfaro y Ócon. COPE. https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/aprobados-convenios-por-millones-para-planes-sostenibilidad-turistica-haro-calahorra-alfaro-ocon-20240402_3225197.html

Crónica Global. (2024, 23 diciembre). Una entidad ecologista denuncia por publicidad engañosa e ilícita a MSC Cruceros. https://cronicaglobal.elespanol.com/business/20241223/una-ecologista-denuncia-publicidad-enganosa-msc-cruceros/910908996_0.html

Ecodes. (2025). Impacto del cambio climático en el turismo de nieve y destinos de montaña. <https://ecodes.org/hacemos/cambio-climatico/adaptacion/resiliencia-de-los-ecosistemas-de-montana/nieve-y-cambio-climatico/informacion-sector>

Elipe, C. B. (2025). Los números del turismo en Segovia: por cada vecino, 27 viajeros. <https://www.elnortedecastilla.es/segovia/numeros-turismo-segovia-vecino-viajeros-20250129071730-nt.html>

España diGital. (2025). España Digital 2025. https://avance.digital.gob.es/programas-avance-digital/Documents/EspanaDigital_2025_TransicionDigital.pdf

Europa Press. (2024, 2 abril). Aprobados convenios, por 5,4 millones, para planes de sostenibilidad turística en Haro, Calahorra, Alfaro y Ocón. COPE. https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/aprobados-convenios-por-millones-para-planes-sostenibilidad-turistica-haro-calahorra-alfaro-ocon-20240402_3225197.html

Europa Press. (s.f.). Aprobados convenios, por 5,4 millones, para planes de sostenibilidad turística en Haro, Calahorra, Alfaro y... <https://www.europapress.es/la-rioja/noticia-aprobados-convenios-54-millones-planes-sostenibilidad-turistica-haro-calahorra-alfaro-ocon-20240402125540.html>

Faustino. (2022). Qué es la Batalla del Vino de Haro • Bodegas Faustino Rivero Ulecia. <https://faustinorivero.com/turismo/batalla-vino-haro/>

Gobierno de España. (2023). Convenio PSTD 2023 Haro Wine Tourism and Talent [Convocatoria]. <https://planderecuperacion.gob.es/como-acceder-a-los-fondos/convocatorias/BDNS/735728/convenio-pstd-2023-haro-wine-tourism-and-talent>

González, M. (2022). H&M, acusada de greenwashing: las etiquetas sobre su impacto ambiental incluyen información falsa. <https://www.eleconomista.es/retail-consumo/noticias/11846321/06/22/HM-acusada-de-greenwashing-las-etiquetas-sobre-su-impacto-ambiental-incluyen-informacion-falsa.html>

Greenpeace. (2023). Green tourism: Promoting ecosystem restoration through tourism. https://www.researchgate.net/publication/377235257_GREEN_TOURISM_PROMOTES_SUSTAINABLE_DEVELOPMENT_AND_COMBATES_CLIMATE_CHANGE

Hosteltur. (s.f.). Barcelona destina 11 millones de euros de la tasa turística a 48 proyectos. https://www.hosteltur.com/163225_barcelona-destina-11-millones-de-euros-de-la-tasa-turistica-a-48-proyectos.html

INSTITUTO ESPAÑOL DE OCEANOGRAFÍA. (s.f.). https://www.ieo.es/es/rss-/journal_content/56_INSTANCE_8N7BFzLKCD43/10640/7746416?refererPlid=10655

La biodiversidad en las políticas de mitigación del cambio climático. (s.f.). https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/conservacion-de-la-biodiversidad/biodiversidad-y-cambio-climatico/cb_cc_biodiversidad_politi

La crisis climática acelera el fin del esquí en España. (s.f.). <https://www.publico.es/sociedad/crisis-climatica-acelera-esqui-espana.html>

Logroño - Destino. (s.f.). <https://lariojaturismo.com/poblacion/logroo/b7d10bba-9e65-4a1f-9209-69d736283607>

La Rioja. (2024, 2 de abril). Aprobados los convenios para invertir 5,4 millones en planes de sostenibilidad turística en Haro, Calahorra, Alfaro y Ócon. La Rioja. <https://www.larioja.com/la-rioja/aprobados-convenios-invertir-millones-planes-sostenibilidad-turistica-20240402162610-nt.html>

Manera, P. C. (2024). Turismo de masas: un tractor económico que puede morir de éxito. <https://economistasfrentealacrisis.com/turismo-de-masas-un-tractor-economico-que-puede-morir-de-exito/>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). Héctor Gómez inaugura en Palma el Foro Europeo de Turismo con la sostenibilidad social como eje central. Nota de prensa.

Moreno, et al. (2020). Los destinos turísticos inteligentes: el pilar de la recuperación turística. <https://doi.org/10.24215/27186717e002>

Notari Martí, M. (s.f.). [Título del trabajo de grado]. Universidad Jaume I. https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/200808/TFG_2022_Notari_Mart%C3%AD_Mar.pdf?sequence=1

Rade, A., & Yonkers, C. (2023). What is Greenwashing?: How to Avoid It. Workiva Carbon. https://www.sustain.life/blog/what-is-greenwashing?utm_source

Redacción. (2024, 2 abril). Aprobados los convenios para invertir 5,4 millones en planes de sostenibilidad turística en Haro, Calahorra, Alfaro y Ocón. La Rioja. <https://www.larioja.com/la-rioja/aprobados-convenios-invertir-millones-planes-sostenibilidad-turistica-20240402162610-nt.html>

Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, L. (2012). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Universidad de Córdoba. <https://www.cordobaintercultural.org>

Salvador Moral Cuadra, & Orgaz Agüera, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, 22. <http://www.eumed.net/rev/turydes/22/turismo-desarrollo-sostenible.html>

Sánchez, P. N. (2023). Turistificación en Canarias: Análisis y vías de resistencia. <https://alegando.com/turistificacion-gentrificacion-y-sobrepoblacion-en-canarias/>

Senciales-González, J. M. (2015, 29 septiembre). Turismo responsable. Universidad de Málaga. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/10338>

Slowfashionnext. (2025, 21 enero). Descubre los 7 pecados del Greenwashing. <https://slowfashionnext.com/blog/los-7-pecados-del-greenwashing/>

Tomé, I. V. (2016). El turismo de masas en España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5307839>

UNWTO. (s.f.). Acerca de ONU Turismo. <https://www.unwto.org/es/acerca-de-onu-turismo>

United Nations. (s.f.). Causes and Effects of Climate Change. <https://www.un.org/es/climatechange/science/causes-effects-climate-change>

Última Hora. (2024, abril 12). Desde el año 2015 se han creado 86 500 nuevas plazas turísticas en Mallorca. <https://www.ultimahora.es/noticias/local/2024/04/12/2142413/turismo-mallorca-desde-año-2015-han-creado-86500-nuevas-plazas.html>

www.gijonturismoprofesional.es. (s.f.). Plan de Sostenibilidad Turística - Visita Gijón profesional. <https://gijonturismoprofesional.es/es/destino-sostenible/plan-de-sostenibilidad-turistica-del-destino>

Zaar, M.-H., & Pontes da Fonseca, M. A. (2019). Turismo y consumo del espacio urbano en Barcelona. Cuadernos de Turismo, 44, 487–514. <https://doi.org/10.6018/turismo.44.405001>

¿Qué es el greenwashing turístico, cómo se identifica y funciona? (2023). <https://www.eltiempo.es/noticias/que-es-el-greenwashing-turistico>

Los tres pilares del desarrollo sostenible del turismo. (s.f.). <https://www.nutshellapp.com/publicsummaries/los-tres-pilares-del-desarrollo-sostenible-del-turismo#:~:text=El%20desarrollo%20tur%20sostenible%20se,es%20cenarios%20ambientales%20econ%20y%20sociales.>

ANEXO. Entrevistas

GESTOR PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURISTICO HARO 2023

Rafael García Vargas. Concejal de Promoción Económica, Industria, Turismo y Patrimonio

1. ¿Cómo surgió la idea de presentar un Plan de Sostenibilidad Turística para Haro?, ¿Qué motivaciones lo impulsaron?

Hay que remontarse a la época de la salida de la pandemia del Covid y a la necesidad de recuperar la actividad turística de Haro cuando se plantea la necesidad de un plan de sostenibilidad turística para Haro. Además, se abre la gran oportunidad de transformar esta actividad, prestando especial atención a un turismo sostenible y con impacto en los habitantes de la ciudad.

2. ¿Cuáles son los principales objetivos que persigue este plan?

El objetivo general es fortalecer el posicionamiento enoturístico sostenible e inteligente de la ciudad de Haro, incrementando su magnetismo para la atracción inclusiva de turistas, visitantes y talento en torno al universo del vino, en su múltiple motivación de ocio, cultura, tradición, I + D y trabajo, ampliando y diversificando la oferta diferencial de la ciudad en torno al enoturismo, con experiencias diferenciadas y singulares al turista y visitante.

3. ¿Qué entidades o profesionales han estado implicados en la elaboración, presentación y gestión del plan?

En la elaboración y gestión del plan, se ha contado con la empresa Tecnalía Research & and Innovation, pero siempre han estado implicadas en el buen fin de este plan la mayoría de las bodegas de Haro, las asociaciones empresariales de La Rioja, así como el sector turístico y hostelero de nuestra ciudad.

4. Qué periodo de ejecución se contempla y en qué fechas está previsto su inicio y finalización?

La fecha de inicio es la de su publicación en el BOE el día 31 de Mayo de 2023 y tiene que estar finalizado para el 30 de junio de 2026.

5. En qué ejes o líneas estratégicas se estructuran las acciones del plan?

El plan consta de 4 ejes principales, los cuales son:

Transición verde y sostenible

Mejora de la eficiencia energética

Transición digital

Competitividad.

6. ¿Qué papel ha tenido el sector privado en la redacción o desarrolla del plan? ¿Cómo se ha promovido su implicación?

El sector privado ha tenido un papel importante en la redacción y está teniéndolo también en su implantación. Pero hay que decir que la definición y la licitación de las actuaciones han sido decisión del Ayuntamiento de Haro.

En cuanto a su implicación, una de las actuaciones más importantes de este plan, dentro del el eje de competitividad, es crear una comunidad de todos los actores públicos y privados que tienen relación con el turismo en Haro y su comarca. Lo hemos definido ENOCOMUNIDAD y se está desarrollando en la actualidad.

7. ¿Qué resultados concretos se esperan tener una vez finalizada la ejecución del plan?

El plan prevé crear un sistema de indicadores de turismo sostenible para Haro, con un cuadro de mando estratégico organizado por dimensiones que permita:

a. Determinar el grado de evolución e impacto de los resultados de las actuaciones a abordar en el marco de esta propuesta.

b. Aprovechar este cuadro de mando estratégico como índice y mecanismo de seguimiento para valorar el estado de Haro en su avance y transición para convertirse en un destino de turismo inteligente y sostenible.

8. ¿Cómo cree que este plan puede influir en la imagen y posicionamiento turístico de la ciudad de Haro?

Este plan tan ambicioso nos tiene que permitir el posicionamiento de Haro y su comarca como destino ecoturístico sostenible y digital. Asimismo, se ha planteado como una oportunidad para inversiones urbanísticas que nos permitan conectar el casco histórico de la ciudad con los activos turísticos más importantes. Es un reto muy importante que puede transformar nuestra ciudad.

GUIÓN DE ENTREVISTA – EMPRESA PRIVADA -BODEGAS RODA - HARO 2023.

Vega Angulo Roig. Responsable departamento enoturismo, Bodegas RODA - Haro

1. ¿Cómo tuvo conocimiento su empresa del Plan de Sostenibilidad Turística de Haro?
¿Qué les motivó a involucrarse en él?

Lo conocimos a través de Ayuntamiento de Haro y su consejería de Turismo

Impulsar la actividad turística sostenible de Haro y su comarca, e intentar mejorar todos los aspectos en los que cabe mejorar, que en la actualidad y bajo mi punto de vista, son muchos.

2. ¿Cuál ha sido el papel específico de su empresa en el desarrollo o ejecución del plan?
¿En qué fases han participado?

De momento estamos en un punto inicial. En la fase de presentación y primera toma de contacto

3.¿Qué tipo de colaboración se ha establecido entre su empresa y las entidades responsables del plan?

Como he comentado, estamos todavía en una fase inicial, pero la idea es poder tener una colaboración muy estrecha. La empresa responsable de llevar a cabo el plan, Tecnalia Research & Innovation, nos visitó para conocer de primera mano, cada una de las bodegas, así como bares, restaurantes hoteles...

4. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los aspectos más relevantes del plan en relación con la actividad empresarial turística en Haro?

Un punto muy importante a llevar a cabo es unificar el trabajo de todos, para poder crear una marca de destino, donde los diferentes agentes implicados; Bodegas, bares, alojamientos, comercios, restaurantes...trabajemos con un mismo objetivo y bien sincronizados.

5. ¿Han recibido apoyo técnico, financiero o institucional para participar en este proyecto?

Nos han ofrecido apoyo técnico e institucional, pero todavía no hemos recurrido a él.

6. ¿Qué oportunidades cree que abre este plan para el sector turístico local y, en particular, para su empresa?

Creo que, si el plan se llevase a cabo de forma correcta, abriría un gran abanico de posibilidades.

7. ¿Ha cambiado su visión del turismo sostenible a raíz de este proyecto? ¿Qué aprendizajes destacaría?

La verdad es que Bodegas Roda está, desde hace unos cuantos años, muy implicada con la sostenibilidad y el turismo sostenible. Hemos participado en el proyecto europeo Ship2fair, orientado a que las empresas alimentarias puedan utilizar la energía solar como energía térmica.

En 2021 recibimos el galardón Best Off Wine Tourist en Enoturismo Sostenible, premios impulsados por la organización Great Wine Capitals.

8. ¿Cómo cree que puede contribuir el tejido empresarial local a la continuidad y éxito del plan a largo plazo?

Si las diferentes empresas de Haro y su comarca somos capaces de trabajar juntos y crear alianzas, el éxito estaría asegurado.