



Programa de formación en modelos de negocio sostenibles: capítulos teóricos y clases magistrales



Co-funded by
the European Union

Índice

Índice.....	2
Introducción.....	5
Programa de formación en modelos de negocio sostenibles: capítulos teóricos.....	7
Descripción general.....	7
Capítulo 1: Introducción al turismo y al turismo sostenible.....	10
Introducción.....	10
Objetivo.....	11
Resumen teórico.....	11
Definiciones y conceptos clave.....	11
Turismo y hostelería en la economía de la UE.....	12
Tendencias y retos del sector.....	12
Impactos del turismo.....	13
Contexto político y estratégico.....	16
Concienciación.....	19
Preguntas para reflexionar y debatir.....	22
Resumen del capítulo.....	24
Capítulo 2: Desarrollo sostenible y medio ambiente.....	26
Introducción.....	26
De la política a la realidad empresarial.....	27
Relevancia para la transición ecológica en el turismo (¿por qué las pymes deben adaptarse?).....	27
Sostenibilidad en el turismo: una perspectiva operativa.....	28
Adaptación al cambio climático en las pymes del sector turístico.....	30
Argumentos económicos a favor de la sostenibilidad en las pymes turísticas.....	31
Preguntas para reflexionar.....	32
Resumen del capítulo.....	32
Capítulo 3: Recopilación de casos prácticos.....	35
Introducción.....	35
Ecoturismo.....	36
Buena práctica 1:.....	36
Preguntas para la autorreflexión.....	38
Buena práctica 2:.....	39
Preguntas para la autoreflexión.....	41
Turismo cultural.....	42
Buena práctica 3:.....	42
Preguntas para la autoreflexión.....	45
Mejor práctica 4:.....	46
Preguntas para la autoreflexión.....	48
Turismo de aventura.....	49
Buena práctica 5:.....	49
Preguntas para la autoreflexión.....	51

Buena práctica 6:.....	53
Preguntas para la autorreflexión.....	54
Conclusión.....	57
Programa de formación en modelos de negocio sostenibles: clases magistrales.....	60
Descripción general.....	60
Clase magistral 1: Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental.....	63
Plantilla de modelo de negocio.....	71
Clase magistral 2: Turismo cultural y sostenibilidad social.....	78
Plantilla de modelo de negocio.....	82
Clase magistral 3: Turismo de aventura y sostenibilidad económica.....	87
Plantilla de modelo de negocio.....	101
Conclusión.....	104
Referencias.....	106



PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

Introducción

Introducción

El programa de formación FOOTPRINT Green Business Models se ha desarrollado como respuesta estratégica a la acelerada transición ecológica que está remodelando el ecosistema turístico europeo. En toda la UE, las empresas turísticas operan en un contexto definido por la urgencia climática, la disminución de la biodiversidad, la volatilidad de los recursos, el endurecimiento de la normativa, la transformación digital y la evolución de las expectativas de las personas consumidoras. Estas fuerzas estructurales están remodelando la forma en que las empresas turísticas compiten y operan en toda Europa.

Las empresas turísticas y hoteleras, en particular las pymes que dominan la economía europea del turismo, se encuentran en una encrucijada crítica. Dependen en gran medida del capital medioambiental y social y están directamente expuestas a los riesgos climáticos, normativos y de mercado. En este contexto, la sostenibilidad ya no es solo una cuestión de mejora de la reputación. Es un requisito imprescindible para la continuidad del negocio, la capacidad de atraer inversiones y la relevancia del destino.

El Programa de Formación en Modelos de Negocio Sostenibles está diseñado para que las pymes del sector turístico pasen de la mera concienciación a una transformación estructurada. Ofrece un itinerario coherente que va desde la comprensión conceptual hasta el rediseño operativo. En lugar de abordar la sostenibilidad como un conjunto de medidas aisladas, el programa la posiciona como una dimensión fundamental de la innovación en los modelos de negocio.

La estructura refleja esta ambición:

- Los capítulos teóricos establecen los fundamentos económicos, medioambientales y políticos del turismo sostenible en el contexto de la UE.
- Las clases magistrales traducen estos fundamentos en herramientas aplicadas y específicas en cada sector, centradas en el ecoturismo, el turismo cultural y el turismo de aventura como vías hacia un crecimiento resiliente.

En conjunto, el programa ayuda a las empresas turísticas a:

- Reducir la exposición medioambiental y el riesgo normativo.
- Reforzar la legitimidad local y el valor social.
- Mejorar la eficiencia operativa y la estabilidad de los costes.
- Alinearse con las prioridades del Pacto Verde de la UE y las normas internacionales de sostenibilidad.
- Crear propuestas de valor diferenciadas y preparadas para el futuro.



PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

Capítulos teóricos

Programa de formación en modelos de negocio sostenibles: capítulos teóricos

Descripción general

Los capítulos teóricos proporcionan la arquitectura estratégica del Programa de Formación en Modelos de Negocio Sostenibles. Están diseñados para dotar al alumnado de la perspectiva analítica necesaria para abordar la transición ecológica de forma inteligente y con confianza. La transformación sostenible del turismo no puede lograrse mediante acciones fragmentadas. Requiere claridad en cuanto a:

- Las características estructurales del ecosistema turístico de la UE.
- Los impactos materiales ambientales, sociales y económicos generados a lo largo de las cadenas de valor del turismo.
- Las señales políticas y financieras que configurarán las condiciones operativas futuras.
- Las vulnerabilidades y los puntos de influencia específicos de las pymes.

Los tres capítulos siguen una progresión deliberada.

1) Capítulo 1: Contexto estratégico y fundamentos sectoriales

Este capítulo establece la escala macroeconómica del turismo en la UE y aclara conceptos básicos como el turismo sostenible y regenerativo. Sitúa a las pymes dentro del ecosistema más amplio e identifica los impactos materiales del sector en las emisiones, el uso de recursos, la biodiversidad y el bienestar de la comunidad.

Fundamentalmente, presenta la arquitectura política que impulsa la transición, incluyendo el Pacto Verde Europeo, la Ruta de Transición para el Turismo y marcos internacionales como los ODS y los criterios del GSTC. Al hacerlo, replantea la sostenibilidad como un ejercicio de alineación estratégica con implicaciones tangibles para las finanzas, el cumplimiento normativo, las adquisiciones y el acceso al mercado.

2) Capítulo 2: Puesta en práctica del desarrollo sostenible

El segundo capítulo traduce las ambiciones globales en materia de sostenibilidad en realidades operativas. Conecta la gestión medioambiental, la adaptación al clima y la creación de valor local directamente con la rentabilidad, la resiliencia y el posicionamiento competitivo.

En lugar de presentar la sostenibilidad como un marco ético abstracto, este capítulo la posiciona como una disciplina operativa integrada en las decisiones sobre energía, agua, residuos, movilidad, biodiversidad y participación de la comunidad.

3) Capítulo 3: Casos prácticos aplicados

El capítulo final tiende un puente entre la teoría y la implementación a través de diversos estudios de casos en contextos de ecoturismo, turismo cultural y turismo de aventura. Estos ejemplos demuestran que la sostenibilidad no es uniforme, sino que depende del contexto y está determinada por las estructuras de gobernanza, las asociaciones y los activos locales.

En conjunto, los capítulos teóricos tienen como objetivo:

1. Reposicionar la sostenibilidad como un determinante estratégico para las empresas.
2. Aclarar las estructuras de exposición al riesgo y de oportunidades para las pymes.
3. Preparar a las organizaciones participantes para el rediseño estructurado del modelo de negocio.

Al finalizar esta sección, las personas participantes deben reconocer que el turismo sostenible no es una alternativa minoritaria. Es la dirección que está tomando la economía turística europea.



01

CAPÍTULO 1

Introducción al turismo y al turismo sostenible

Capítulo 1: Introducción al turismo y al turismo sostenible

Título	Introducción al turismo y al turismo sostenible
Resultados de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none">● Definir y distinguir conceptos básicos (turismo, hostelería, turismo sostenible/regenerativo) y explicar por qué la sostenibilidad es una necesidad estratégica para el sector.● Describir la escala y la estructura del ecosistema turístico de la UE (con las pymes como núcleo) y resumir las principales tendencias y retos que configuran la competitividad.● Identificar y mapear los principales impactos ambientales, sociales y económicos relevantes para una empresa turística/hotelera.● Reconocer el papel de los marcos normativos de la UE e internacionales (por ejemplo, el Pacto Verde, la Vía de Transición, los ODS, el GSTC) y explicar por qué su armonización es importante para el cumplimiento normativo, el acceso al mercado y la financiación.● Priorizar una o dos acciones a corto plazo y un KPI sencillo, demostrando cómo la concienciación se traduce en una mejora creíble y cuantificable.



Introducción

El turismo crea puestos de trabajo, apoya las economías locales y conecta culturas. Sin embargo, el crecimiento del turismo también ha aumentado la presión sobre el medio ambiente, las infraestructuras y las comunidades en muchos destinos. Para las empresas turísticas, esto supone tanto oportunidades como responsabilidades. El turismo sostenible ofrece un enfoque práctico para gestionar estos retos. Anima a las empresas a considerar cómo sus actividades afectan al medio ambiente, a las comunidades locales y al atractivo a largo plazo de los destinos de los que depende el turismo.

Para los gestores turísticos y las empresas, la sostenibilidad está cada vez más vinculada a las decisiones empresariales cotidianas. Influye en los costes operativos, las expectativas del turismo y visitantes, los requisitos normativos y la competitividad a largo plazo. Las empresas que comprenden estas dinámicas están mejor posicionadas para gestionar los riesgos, mejorar la eficiencia y crear experiencias atractivas para las visitantes.

Objetivo

El objetivo general de FOOTPRINT es acelerar la transición de la economía turística europea hacia modelos más ecológicos, justos y resilientes. Esto se ajusta a la orientación política general de Europa, que fomenta la descarbonización, el uso circular de los recursos, la innovación digital, la accesibilidad y el desarrollo de competencias en todos los ecosistemas turísticos. En este contexto, las pequeñas y medianas empresas, y en particular las del sector hotelero, son fundamentales: diseñan la experiencia que se ofrece a los y las huéspedes, se abastecen de proveedores locales, contratan y forman al personal e interactúan a diario con la población residente y el entorno.

Por lo tanto, este programa tiene un diseño práctico. Se centra en herramientas que las pymes pueden implementar en sus propias operaciones: auditar el consumo de energía y agua, prevenir el desperdicio de alimentos, rediseñar las ofertas para reducir el impacto y mejorar el valor, invertir en las personas y la gobernanza, y utilizar los datos para orientar las mejoras. Al basar la sostenibilidad en la realidad de la prestación de servicios y la experiencia del visitante y huésped, FOOTPRINT pretende crear modelos de negocio que sean comercialmente viables y capaces de contribuir positivamente al bienestar del destino. Los conceptos aquí introducidos se desarrollarán a lo largo del resto del programa, proporcionando un marco común para la estrategia, la medición y la mejora continua.

Resumen teórico

Definiciones y conceptos clave

Turismo

La OMT define el turismo como las actividades de las personas que viajan y se alojan en lugares fuera de su entorno habitual durante un período no superior a un año consecutivo, por motivos de ocio, negocios u otros fines. Esta definición sustenta las estadísticas oficiales y las cuentas satélite del turismo utilizadas en toda la UE.

Sectores de la hostelería y el turismo

En el sistema estadístico europeo, las «industrias turísticas» abarcan un conjunto de actividades de la NACE, como el alojamiento (I55), los servicios de restauración (I56), el transporte de pasajeros (H49-H51, H50, H53) y determinados servicios de alquiler y culturales. La hostelería, principalmente el alojamiento y la restauración, es, por lo tanto, un subconjunto fundamental de la oferta turística.

Turismo sostenible

La definición ampliamente utilizada por la OMT establece que el turismo sostenible «tiene plenamente en cuenta sus repercusiones económicas, sociales y medioambientales actuales y futuras, atendiendo a las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida». Esta definición enmarca la sostenibilidad como un equilibrio entre el valor para las personas, el planeta y la prosperidad a largo plazo.

Turismo ecológico

Se utiliza comúnmente para denotar prácticas orientadas al medio ambiente (por ejemplo, energía, agua, residuos), a menudo vinculadas a etiquetas ecológicas o compras ecológicas, mientras que *el turismo sostenible* integra explícitamente las dimensiones sociales y económicas junto con los aspectos medioambientales.

El turismo regenerativo amplía la sostenibilidad al buscar resultados netos positivos para los ecosistemas y las comunidades; cada vez se menciona más en las estrategias de los destinos, aunque todavía no se ha codificado en las estadísticas oficiales.

Turismo y hostelería en la economía de la UE

El turismo es un componente importante de la economía y el mercado laboral europeos. En 2022, casi una de cada trece empresas de la economía empresarial de la UE pertenecía al sector turístico y daba empleo a alrededor de 12,3 millones de personas; tres cuartas partes de las empresas se dedicaban al alojamiento y la restauración (Eurostat, 2024). El sector turístico está muy impulsado por las pymes, lo que determina la forma en que deben aplicarse las medidas de sostenibilidad. De los aproximadamente 3,2 millones de empresas turísticas, el 99,8 % son microempresas, pequeñas o medianas, una característica estructural que determina la forma en que deben aplicarse las políticas y las medidas de apoyo (Comisión Europea, 2022).

Desde una perspectiva macroeconómica, la recuperación del sector ha restaurado y superado los niveles previos a la pandemia. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que, en 2024, los viajes y el turismo contribuyeron con aproximadamente 1,8 billones de euros al PIB de la UE (algo más del 10 % de la economía) y sustentaron más de 24,5 millones de puestos de trabajo, aproximadamente uno de cada nueve puestos de trabajo en toda la UE (WTTC, 2025). Aunque estas cifras se derivan de modelos de cuentas satélite que incluyen impactos directos, indirectos e inducidos, ilustran la magnitud de la interacción del turismo y la hostelería con las cadenas de suministro europeas y las economías regionales.

Tendencias y retos del sector

Turismo masivo y presión sobre los destinos

Los destinos populares se enfrentan a picos estacionales y concentraciones que sobrecargan el espacio público, la vivienda y las infraestructuras. Esto ha catalizado respuestas políticas (gestión de visitantes, herramientas de capacidad de acogida, intercambio de datos) en línea con la Trayectoria de Transición para el Turismo de la UE.

Impactos climáticos y emisiones

Investigaciones revisadas por pares estiman que la huella de carbono global del turismo representa alrededor del 8 % de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero (referencia 2009-2013), impulsadas principalmente por el transporte, el consumo de alimentos y las cadenas de suministro minoristas vinculadas a la demanda turística (Lenzen et al., 2018). Al mismo tiempo, el cambio climático afecta cada vez más a los destinos turísticos a través de

riesgos como el estrés térmico, la exposición a incendios forestales, la escasez de agua y la degradación de los ecosistemas, lo que crea retos operativos para las empresas turísticas y pone de relieve la importancia de las estrategias de mitigación y adaptación (IPCC, 2023; Scott, Gössling y Hall, 2012).

Cambios en las expectativas de los viajeros

Las encuestas a las personas consumidoras europeas indican un creciente interés por las opciones de viaje responsables y las prácticas turísticas sostenibles. Los viajeros valoran cada vez más los servicios respetuosos con el medio ambiente, la información transparente sobre sostenibilidad y las opciones de movilidad de bajo impacto, lo que influye en el diseño de los productos turísticos, la comunicación y las decisiones de reserva (Comisión Europea, 2023; Booking.com, 2023).

Señales políticas y de mercado para la transición ecológica

Los marcos políticos a nivel de la UE están acelerando la transición hacia sistemas turísticos más sostenibles. El Pacto Verde Europeo compromete a la Unión Europea a alcanzar la neutralidad climática para 2050 y a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en al menos un 55 % para 2030 en comparación con los niveles de 1990 (Comisión Europea, 2019). Dentro del ecosistema turístico, la Ruta de Transición para el Turismo traduce estos objetivos en acciones específicas para el sector centradas en la descarbonización, el uso circular de los recursos, la digitalización, el desarrollo de competencias y el apoyo a la inversión para las pymes turísticas (Comisión Europea, 2022).

Digitalización y datos para la toma de decisiones

La competitividad del ecosistema depende cada vez más de la capacidad de las pymes para recopilar y utilizar datos operativos (energía, agua, residuos, movilidad, abastecimiento) con el fin de establecer objetivos y demostrar los progresos realizados, una expectativa reforzada por las estrategias de los destinos y, en el caso de las empresas más grandes, por la evolución de los regímenes de información sobre sostenibilidad.

Resiliencia de la mano de obra y del modelo de negocio

Las características estructurales, como la estacionalidad, la falta de competencias y la prevalencia de microempresas, hacen que el desarrollo de capacidades sea fundamental para la transformación. La mejora de la calidad del empleo, la formación y la gobernanza (incluidos los modelos cooperativos y comunitarios) contribuye a alinear la resiliencia empresarial con el bienestar del destino.

Impactos del turismo

Medioambiental

El turismo ejerce presiones medioambientales en toda la cadena de valor, incluidos el transporte, el alojamiento, los servicios de alimentación y bebidas, el consumo minorista y las actividades recreativas. Los estudios de modelización global estiman que las cadenas de suministro relacionadas con el turismo generaron aproximadamente 5,2 gigatoneladas de emisiones equivalentes de CO₂ en 2019, lo que representa alrededor del 8,8 % de las emisiones globales de

gases de efecto invernadero (Sun et al., 2024). Estas emisiones se deben en gran medida al transporte, el consumo de alimentos y las cadenas de suministro minoristas vinculadas a la demanda turística, en las que la aviación y los servicios intensivos en energía desempeñan un papel especialmente importante. Las tendencias históricas muestran que las emisiones del turismo han crecido más rápidamente que la economía mundial, ya que la demanda de servicios de viajes y turismo se ha expandido más rápidamente que las mejoras en la eficiencia energética o las tecnologías bajas en carbono. Esta dinámica pone de relieve la necesidad de una rápida descarbonización en todas las cadenas de valor del turismo, en particular en la movilidad, el alojamiento, el uso de energía y los sistemas de suministro (Lenzen et al., 2018; Sun et al., 2024). Más allá de las emisiones, los ecosistemas de los destinos se enfrentan al estrés hídrico, la generación de residuos y la alteración del hábitat. Las evaluaciones europeas señalan las crecientes presiones sobre los ríos, los lagos y las aguas subterráneas debido a la sobreexplotación, la contaminación y la sequía, junto con los fenómenos extremos provocados por el clima que agravan la escasez de recursos en los destinos populares. Estas presiones aumentan los riesgos operativos (por ejemplo, mayores costes de los servicios públicos, restricciones) y los riesgos para la reputación cuando el uso del visitante compite con las necesidades locales.

El cambio climático intensifica los riesgos medioambientales para la propia industria turística. El aumento de las temperaturas, las olas de calor, el riesgo de incendios forestales, la disminución de la fiabilidad de la nieve en las regiones montañosas, las olas de calor marinas y la pérdida de biodiversidad ya están afectando a los destinos turísticos y a la calidad de las experiencias del turismo. Estos impactos pueden acortar las temporadas turísticas, aumentar los costes operativos y afectar a las infraestructuras, los seguros y la seguridad de los visitantes. El Sexto Informe de Evaluación del IPCC destaca el aumento de los riesgos relacionados con el calor y el agua en toda Europa, con una exposición especialmente alta en los destinos mediterráneos y las zonas turísticas de montaña que dependen de la nieve, lo que refuerza la necesidad de planificar la adaptación al clima y diversificar los productos dentro de los sistemas turísticos (IPCC, 2022; Scott et al., 2019).

Social

El turismo puede generar un valor social positivo a través del intercambio cultural, el orgullo por el lugar, el desarrollo de habilidades y el apoyo al patrimonio cuando se gestionan adecuadamente los flujos de visitantes y el gasto. El enfoque de la UNESCO a nivel de destino hace hincapié en el diálogo entre las partes interesadas, la participación de la comunidad y la planificación integrada para garantizar que el turismo contribuya a la protección y la mejora de los activos culturales y naturales, en lugar de socavarlos (UNESCO, 2018).

Por el contrario, el crecimiento turístico no gestionado puede generar efectos de sobreexplotación turística, como presión sobre los espacios públicos y las infraestructuras, perturbaciones en el mercado inmobiliario asociadas a los alquileres a corto plazo, congestión y una percepción de pérdida de control de la comunidad sobre el desarrollo local (Goodwin, 2017; Milano, Cheer y Novelli, 2019). Estas dinámicas suelen desencadenar resistencia local y respuestas normativas. Análisis europeos recientes muestran que las ciudades y regiones están

experimentando con estrategias de gestión de visitantes, que incluyen herramientas de capacidad de acogida, límites de visitantes, políticas de zonificación y sistemas de registro o concesión de licencias para plataformas de alojamiento a corto plazo, con el fin de reequilibrar las relaciones entre residentes y visitantes (Comisión Europea, 2022; OCDE, 2020).

Para las empresas turísticas, estos avances se traducen en nuevos requisitos de cumplimiento y en mayores expectativas de demostrar beneficios locales tangibles. Las consideraciones de equidad también influyen en el rendimiento interno de las organizaciones: la calidad del empleo, la estacionalidad, la inclusión y las estructuras de gobernanza afectan a la retención de los empleados, la calidad del servicio y la reputación del empleador (OIT, 2020). Los modelos de negocio que profundizan la participación de las partes interesadas, como las estructuras de gobernanza cooperativa o las asociaciones comunitarias, pueden reforzar la licencia social de una empresa para operar, al tiempo que mejoran la autenticidad del servicio y la resiliencia a largo plazo (Hall, 2019).

Economía

Los viajes y el turismo son un importante motor económico en la UE, ya que contribuyen en torno al 10 % del PIB y sustentan decenas de millones de puestos de trabajo si se tienen en cuenta los efectos directos, indirectos e inducidos. Estimaciones recientes indican que, en 2024, los viajes y el turismo generaron aproximadamente 1,8 billones de euros en PIB y sustentaron más de 24,5 millones de puestos de trabajo en toda la Unión Europea (WTTC, 2025). Esta magnitud pone de relieve el potencial del sector para impulsar la transición ecológica, al tiempo que destaca la exposición de muchas economías locales a las perturbaciones climáticas y del mercado.

A nivel de destino y de empresa, el equilibrio económico del turismo depende de factores como la fuga frente a la captura de valor local, la estacionalidad, la productividad y la asignación de capital (Turismo de las Naciones Unidas, 2023). Las prácticas sostenibles pueden reducir los costes operativos mediante la mejora de la eficiencia en el uso de la energía, el agua y los materiales, mejorar el poder de fijación de precios mediante propuestas de valor diferenciadas y estabilizar la demanda alineándose con las preferencias cambiantes de los viajeros. Sin embargo, la dependencia excesiva de un perfil de visitante limitado o de un patrón de demanda estacional puede aumentar la volatilidad económica. Por lo tanto, la diversificación, las cadenas de suministro circulares y la gestión basada en datos se reconocen cada vez más como elementos clave de la resiliencia turística a largo plazo (Comisión Europea, 2022).

Implicaciones para los gestores y propietarios: abordar los impactos ambientales, sociales y económicos de forma integrada no es solo una cuestión de cumplimiento normativo o de reputación, sino que constituye la base de modelos de negocio resilientes que protegen los activos críticos, mantienen el apoyo de la comunidad y generan rendimientos económicos duraderos.

Contexto político y estratégico

Las empresas turísticas operan en un entorno de gobernanza multinivel que determina cada vez más la forma en que se aplica la sostenibilidad en todo el sector. Los marcos políticos influyen en el uso de la energía, la gestión de los recursos, la mitigación del cambio climático, las condiciones laborales y la protección del medio ambiente, al tiempo que crean nuevas oportunidades a través de la financiación, las asociaciones y el posicionamiento en el mercado. Para las pymes turísticas, comprender este panorama político es importante no solo para el cumplimiento normativo, sino también para identificar oportunidades estratégicas vinculadas a la transición hacia modelos de negocio más ecológicos y resilientes.

Hay dos niveles de gobernanza que revisten especial relevancia. Los marcos políticos de la Unión Europea establecen el entorno normativo en el que operan las empresas turísticas, mientras que los marcos de sostenibilidad globales proporcionan principios rectores, compromisos voluntarios y normas operativas que configuran las prácticas de sostenibilidad en todo el sector turístico.

Marcos de la UE

A nivel europeo, la política de sostenibilidad se integra cada vez más en la estrategia económica, la legislación climática y las iniciativas específicas del sector. Estos marcos influyen en la forma en que las empresas turísticas gestionan la energía, los residuos, la movilidad, la contratación pública y el impacto medioambiental.

El Pacto Verde Europeo representa la estrategia global de la Unión Europea para alcanzar la neutralidad climática en 2050, protegiendo al mismo tiempo la biodiversidad, promoviendo los principios de la economía circular y garantizando una transición justa para las empresas y las comunidades. El Pacto Verde ha remodelado el panorama político de la UE e influye en una amplia gama de regulaciones sectoriales que afectan a las empresas turísticas, incluyendo la eficiencia energética en los edificios, la movilidad sostenible, la gestión de residuos y la protección del medio ambiente.

Partiendo de esta orientación política más amplia, la Ruta de Transición para el Turismo ofrece una hoja de ruta específica para el sector, diseñada para apoyar la transformación del ecosistema turístico hacia un futuro más verde, más digital y más resiliente. Desarrollada en colaboración con las partes interesadas del sector, la ruta identifica las acciones prioritarias relacionadas con la descarbonización, el uso circular de los recursos, la digitalización, el desarrollo de competencias y la inversión. Se hace especial hincapié en el apoyo a las pymes, que representan la gran mayoría de las empresas turísticas en Europa.

La legislación climática del paquete «Fit for 55» concreta aún más los objetivos climáticos de la UE al introducir medidas destinadas a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en al menos un 55 % para 2030. Estas políticas influyen en ámbitos como el despliegue de energías renovables, las normas de eficiencia energética y los sistemas de transporte con bajas emisiones de carbono. Para las empresas turísticas, especialmente en los sectores del alojamiento y la restauración, estos avances influyen cada vez más en las decisiones de inversión relacionadas

con la mejora de los edificios, la monitorización energética y el abastecimiento de energías renovables.

Otro avance significativo es la Directiva sobre la Divulgación de Información Corporativa en materia de Sostenibilidad (CSRD) y las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (ESRS) que la acompañan. Aunque estos requisitos se aplican principalmente a las grandes empresas, tienen importantes implicaciones para las pymes a través de las relaciones de la cadena de suministro. Es posible que cada vez se pida más a las pymes turísticas que proporcionen datos de sostenibilidad sobre cuestiones como las emisiones, las condiciones laborales o el uso de recursos cuando trabajen con socios o clientes corporativos más grandes.

Los instrumentos de política financiera también desempeñan un papel importante en el apoyo a la transición. La taxonomía de la UE para actividades sostenibles establece un sistema de clasificación que ayuda a los inversores y a las instituciones financieras a identificar las inversiones sostenibles desde el punto de vista medioambiental. En la práctica, este marco influye en el acceso a la financiación verde y en las condiciones de inversión para proyectos como la renovación de edificios energéticamente eficientes, las instalaciones renovables o las tecnologías de ahorro de agua en las instalaciones turísticas.

Las políticas de contratación pública refuerzan aún más los objetivos de sostenibilidad. A través de los criterios de contratación pública ecológica (GPP), se anima a las autoridades públicas a dar prioridad a los proveedores responsables con el medio ambiente a la hora de adquirir bienes y servicios. Por lo tanto, las empresas turísticas que demuestren un sólido desempeño medioambiental pueden obtener ventajas a la hora de competir por servicios turísticos, eventos o colaboraciones con destinos financiados con fondos públicos.

Además, los sistemas voluntarios de gestión medioambiental, como la etiqueta ecológica de la UE para alojamientos turísticos y el sistema de gestión y auditoría medioambientales (EMAS), proporcionan marcos reconocidos para mejorar el rendimiento medioambiental y demostrar prácticas de sostenibilidad fiables. Estas certificaciones pueden reforzar la credibilidad comercial y también pueden respaldar la elegibilidad para licitaciones públicas o programas de incentivos de sostenibilidad.

Por último, la legislación de la UE relacionada con la gestión de residuos, la protección del agua, la reducción de envases y la prevención del desperdicio alimentario sigue evolucionando. Estas normativas introducen obligaciones de cumplimiento, pero también fomentan prácticas operativas que a menudo reducen los costes gracias a la mejora de la eficiencia y la gestión de los recursos. Estos marcos políticos de la UE establecen el contexto normativo y económico en el que operan las empresas turísticas, configurando tanto los requisitos de cumplimiento como las oportunidades estratégicas vinculadas a la sostenibilidad.

Marcos globales

Además de las iniciativas políticas europeas, las empresas turísticas también se ven influidas por un conjunto más amplio de marcos internacionales de sostenibilidad que configuran las expectativas del sector turístico mundial. A diferencia de la legislación de la UE, estos marcos suelen funcionar como principios rectores, compromisos voluntarios o normas reconocidas

internacionalmente, en lugar de normativas vinculantes. Sin embargo, desempeñan un papel importante en la definición de las mejores prácticas, la información sobre los sistemas de certificación y la orientación de las estrategias de sostenibilidad adoptadas por los destinos y las empresas turísticas de todo el mundo.

A nivel mundial, las prioridades en materia de sostenibilidad se articulan a través de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que introdujo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los ODS proporcionan un marco reconocido internacionalmente que vincula el desarrollo económico, la protección del medio ambiente y la inclusión social. El turismo ha sido reconocido explícitamente como un sector capaz de contribuir a varios de estos objetivos, en particular los relacionados con el crecimiento económico sostenible, el consumo y la producción responsables, la acción por el clima y la protección de los ecosistemas. Para las empresas turísticas, los ODS proporcionan una estructura ampliamente reconocida a nivel e e para comunicar los compromisos de sostenibilidad y demostrar cómo las actividades turísticas contribuyen a resultados de desarrollo más amplios.

La acción climática mundial se rige además por el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático, que compromete a los países a limitar el aumento de la temperatura mundial y a alcanzar emisiones netas cero durante la segunda mitad del siglo. Aunque el acuerdo opera principalmente a nivel gubernamental, tiene importantes implicaciones para sectores como el turismo, ya que las políticas climáticas nacionales influyen cada vez más en los sistemas energéticos, las infraestructuras de transporte y los objetivos de reducción de emisiones.

Dentro del propio sector turístico, varias iniciativas internacionales traducen los principios de sostenibilidad en orientaciones específicas para el turismo. Los principios de turismo sostenible de la ONU proporcionan un marco conceptual ampliamente reconocido que equilibra la protección del medio ambiente, el bienestar social y la viabilidad económica, al tiempo que aborda las necesidades de los visitantes, las partes interesadas de la industria y las comunidades de acogida. Estos principios han influido en muchas estrategias turísticas nacionales y sistemas de certificación de sostenibilidad.

La acción climática en el sector turístico se ha reforzado recientemente mediante iniciativas como la Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo, presentada en la COP26. Las organizaciones que respaldan la declaración se comprometen a reducir a la mitad las emisiones relacionadas con el turismo para 2030 y a alcanzar emisiones netas cero para 2050, al tiempo que elaboran planes de acción climática e informan sobre los progresos realizados. Aunque es voluntaria, la declaración se ha convertido en una importante señal de compromiso para las empresas turísticas y los destinos que desean alinearse con los objetivos climáticos mundiales.

También se proporcionan orientaciones operativas a través de normas de sostenibilidad reconocidas internacionalmente. Los criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) establecen normas básicas de sostenibilidad para las empresas y los destinos turísticos. Estos criterios abordan ámbitos como la gestión medioambiental, la protección del patrimonio cultural,

la participación de la comunidad y el desarrollo económico sostenible, y constituyen la base de muchos sistemas de certificación turística en todo el mundo.

Los marcos de medición respaldan aún más la credibilidad de la acción climática. El Protocolo de Gases de Efecto Invernadero y la iniciativa Science Based Targets (SBTi) proporcionan metodologías reconocidas internacionalmente para medir las emisiones de gases de efecto invernadero y establecer objetivos de reducción alineados con la ciencia climática. A medida que los informes de sostenibilidad se hacen más comunes en las cadenas de suministro mundiales, estos marcos ayudan a las empresas turísticas a garantizar que sus compromisos climáticos sean transparentes y comparables.

Por último, las normas internacionales de sistemas de gestión, como la ISO 14001 para sistemas de gestión medioambiental y la ISO 21401 para alojamientos sostenibles, proporcionan enfoques estructurados para integrar la sostenibilidad en la gobernanza organizativa y los procesos operativos. Estas normas apoyan la mejora continua y proporcionan pruebas reconocidas de gestión medioambiental responsable a socios, auditores y clientes. Estos marcos globales complementan las políticas regionales al proporcionar los principios rectores, las herramientas de medición y los compromisos voluntarios que apoyan la transición del sector turístico hacia modelos de negocio más sostenibles y resilientes.

Concienciación

¿Por qué las empresas turísticas deben comprender la sostenibilidad?

La sostenibilidad ya no es un concepto minoritario en el turismo. Se ha convertido en un factor importante que determina el funcionamiento y la competitividad de las empresas turísticas. Las presiones medioambientales, las expectativas cambiantes del turista y la evolución de la normativa están influyendo en la viabilidad a largo plazo de muchos destinos turísticos. Por lo tanto, para las pymes turísticas es esencial comprender la sostenibilidad. Esto ayuda a las gestoras a tomar decisiones informadas sobre el uso de los recursos, las inversiones, las asociaciones y el desarrollo de productos. Las empresas que reconocen estas tendencias desde el principio están en mejores condiciones de adaptarse y seguir siendo competitivas. Hay varios factores clave que explican por qué la concienciación sobre la sostenibilidad es cada vez más importante.

Uno de los factores clave es la continuidad de la actividad empresarial. Las actividades turísticas están estrechamente vinculadas a las condiciones medioambientales y a la disponibilidad de recursos. Las perturbaciones relacionadas con el clima, como las olas de calor, las inundaciones, los incendios forestales o la disminución de la fiabilidad de la nieve, pueden afectar a la estacionalidad y a la experiencia de los y las visitantes, mientras que el aumento de los costes de la energía, el agua y la gestión de residuos influye cada vez más en el rendimiento operativo. Las empresas que reconocen estos riesgos están en mejores condiciones para adaptarse y mantener la calidad del servicio. Las expectativas del mercado también están evolucionando. Los viajeros tienen cada vez más en cuenta la responsabilidad medioambiental, la autenticidad y la equidad, además del precio y la comodidad, a la hora de elegir los servicios turísticos. Al mismo tiempo, los operadores turísticos, la clientela corporativa y las plataformas digitales están aumentando

las expectativas de sostenibilidad en sus cadenas de suministro, lo que hace que las prácticas responsables sean cada vez más importantes para mantener la visibilidad y el acceso al mercado.

El entorno normativo es otro factor importante. Las políticas a nivel de la UE, nacional y de los destinos se están endureciendo progresivamente en ámbitos como la eficiencia energética, la reducción de emisiones, la gestión de residuos y las normas laborales. Las empresas que se anticipan a estos cambios pueden adaptarse con mayor facilidad, mientras que las que retrasan la adopción de medidas pueden enfrentarse a mayores costes de cumplimiento o restricciones operativas. La sostenibilidad también ofrece ventajas prácticas para las empresas. La mejora de la eficiencia en el uso de la energía, el agua y los materiales puede reducir los costes operativos, mientras que el fortalecimiento de las relaciones con las comunidades locales y los proveedores puede mejorar la reputación y la resiliencia del destino. Además, el personal busca cada vez más empresas y organizaciones con valores sociales y medioambientales claros, lo que significa que las iniciativas de sostenibilidad pueden favorecer la contratación, la retención y el desarrollo de la plantilla.

La conciencia sobre la sostenibilidad refuerza la capacidad de inversión. Las instituciones financieras y los inversores integran cada vez más las consideraciones medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en sus decisiones de concesión de préstamos. Por lo tanto, las empresas turísticas que supervisan su desempeño medioambiental y demuestran prácticas responsables están mejor posicionadas para acceder a la financiación verde y a las oportunidades de financiación pública. En conjunto, estos factores ilustran por qué la concienciación sobre la sostenibilidad no es simplemente una cuestión de responsabilidad medioambiental. Se está convirtiendo cada vez más en una condición indispensable para la resiliencia, la competitividad y el éxito a largo plazo en el sector turístico.

Oportunidades de alto nivel

A menudo se percibe la sostenibilidad principalmente como una obligación normativa o una responsabilidad medioambiental. Sin embargo, si se aborda de forma estratégica, también puede generar importantes oportunidades para las empresas turísticas. La integración de la sostenibilidad en las operaciones y los modelos de negocio puede reforzar la competitividad, reducir los costes y mejorar las relaciones con la clientela y las partes interesadas locales.

Las principales oportunidades para las pymes turísticas incluyen:

- **Aumento de los ingresos mediante la diferenciación**

Las experiencias turísticas que demuestran una responsabilidad medioambiental creíble o un fuerte compromiso con la comunidad pueden atraer a segmentos de mercado emergentes y pueden respaldar precios más elevados, una mejor reputación y una mayor fidelidad de las personas visitantes.

- **Ahorro de costes mediante la eficiencia de los recursos**

La reducción del consumo de energía, agua y residuos materiales puede generar importantes ahorros operativos, al tiempo que reduce la exposición a la volatilidad de los precios de los recursos.

- **Acceso a nuevos mercados y oportunidades de contratación pública**

La adaptación a normas de sostenibilidad reconocidas, sistemas de certificación o programas de sostenibilidad de los destinos puede abrir nuevos canales de distribución, incluidas colaboraciones con operadores turísticos responsables, clientela corporativa o iniciativas de contratación pública.

- **Alianzas locales y cadenas de suministro más sólidas**

Trabajar con proveedores, productores y socios comunitarios locales puede mejorar la calidad de los productos, reforzar la identidad del destino y crear redes económicas locales más resilientes.

- **Mayor valor de la marca y confianza de la clientela**

Una comunicación transparente sobre la sostenibilidad y una certificación creíble pueden reforzar la reputación de la marca y aumentar la confianza de la clientela.

- **Mayor atracción y retención de la mano de obra**

Las empresas que demuestran valores medioambientales y sociales claros suelen atraer a personal motivado por un trabajo con un propósito, lo que mejora los resultados de contratación y retención.

- **Innovación y renovación de productos**

Las iniciativas de sostenibilidad suelen animar a las empresas a rediseñar las experiencias turísticas, introducir actividades de bajo impacto o desarrollar nuevas ofertas que prolonguen la estancia del turista y diversifiquen la demanda estacional.

- **Mejora de la gestión de riesgos**

Medir el impacto medioambiental y planificar los riesgos relacionados con el clima ayuda a las empresas a anticiparse a las perturbaciones y a reforzar su resiliencia a largo plazo.

Riesgos de alto nivel

Al mismo tiempo, no abordar los retos de la sostenibilidad o hacerlo sin credibilidad puede generar riesgos importantes para las empresas turísticas. Las presiones medioambientales, los cambios normativos y la evolución de las expectativas del mercado hacen que la inacción o la mala implementación de las iniciativas de sostenibilidad puedan socavar la competitividad a largo plazo.

Entre los riesgos clave se incluyen:

- **Riesgos normativos y de cumplimiento**

Los requisitos más estrictos relacionados con el rendimiento energético, la gestión de residuos, el uso del agua o las condiciones laborales pueden aumentar los costes operativos o restringir las actividades comerciales si no se cumplen las normas.

- **Riesgos de acceso al mercado**

Los operadores turísticos, la clientela corporativa y las plataformas de reserva exigen cada vez más datos sobre el rendimiento medioambiental y social. Las empresas que

no puedan demostrar prácticas responsables pueden verse expuestas a una menor visibilidad o a la exclusión de determinados mercados.

- **Volatilidad de los costes**

El uso ineficiente de la energía, el agua o los materiales expone a las empresas a mayores costes operativos, especialmente en períodos de volatilidad de los precios.

- **Riesgos para la reputación y preocupaciones relacionadas con el «greenwashing»**

Las afirmaciones sobre sostenibilidad sin fundamento o las iniciativas mal ejecutadas pueden minar la confianza de la clientela, las comunidades y las partes interesadas.

- **Interrupciones operativas por presiones medioambientales**

Los fenómenos relacionados con el clima, como las condiciones meteorológicas extremas, la escasez de agua o la degradación de los ecosistemas, pueden afectar directamente a las infraestructuras turísticas, la experiencia del turista y la demanda estacional.

- **Retos relacionados con la mano de obra**

La mala calidad de los puestos de trabajo, la inestabilidad estacional o las limitadas perspectivas de promoción profesional pueden dificultar la captación y retención de personal cualificado.

- **Resistencia de la comunidad y presión en el destino**

Los impactos negativos percibidos, como la congestión, la presión inmobiliaria o la alteración cultural, pueden dar lugar a restricciones normativas o a la pérdida del apoyo local.

- **Riesgos financieros y de inversión**

Las empresas que no demuestren avances en los indicadores de sostenibilidad pueden tener dificultades para acceder a la financiación verde, la financiación pública o las inversiones vinculadas a la sostenibilidad.

La sensibilización no es un fin en sí misma, sino que permite tomar decisiones fundamentadas sobre por dónde empezar, qué medidas aportan mayor valor y cómo demostrar los avances de forma creíble. El resto de este programa traduce estos factores en herramientas prácticas, indicadores y opciones de gobernanza que respaldan modelos de negocio resilientes, competitivos y responsables.



Preguntas para reflexionar y debatir

Relevancia estratégica

- En tus propias palabras, ¿por qué la sostenibilidad debe ocupar ahora un lugar central en tu modelo de negocio, en lugar de ser un elemento secundario, y cuál es el vínculo más evidente con los ingresos, los costes o los riesgos de tu actividad?

Mapeo de impactos

- ¿Qué impactos ambientales, sociales y económicos de tu oferta son más importantes en su contexto y qué prácticas existentes (si las hay) ya los mitigan?

Alineación con los marcos normativos

- ¿Qué marcos normativos de la UE o internacionales (por ejemplo, la Ruta de Transición, los ODS, o el GSTC) te parecen más relevantes para tu negocio y cómo podrían orientar tus acciones durante los próximos 12 meses?

Oportunidades y riesgos

- ¿Dónde ves la oportunidad más sólida a corto plazo para diferenciar tu oferta de forma sostenible y cuál es el principal riesgo si retrasas la adopción de medidas?

Evidencia y credibilidad

- ¿Qué indicador clave de rendimiento (KPI) empezarías a monitorizar la semana que viene para demostrar de forma creíble los progresos a los huéspedes, el personal, los socios o las financiadoras, y por qué?



Resumen del capítulo

Conclusiones clave

- La sostenibilidad en el turismo es una necesidad estratégica, no un complemento de marketing; afecta directamente a los costes, los ingresos, la exposición al riesgo, el talento y la confianza en la marca.
- El turismo es un sector económico importante en la UE y está dominado por las pymes, lo que significa que el progreso depende de acciones prácticas y escalables, más que de soluciones complejas o que requieran muchos recursos.
- El turismo sostenible integra el valor medioambiental, social y económico, mientras que el turismo ecológico se centra principalmente en el rendimiento medioambiental; los enfoques regenerativos tienen como objetivo obtener resultados netos positivos.
- Las actividades turísticas generan impactos medioambientales, sociales y económicos, entre los que se incluyen las emisiones, la presión sobre los recursos hídricos y los residuos, los efectos sobre la comunidad y la exposición a los riesgos climáticos.
- Los marcos normativos de la UE e internacionales (por ejemplo, el Pacto Verde, la Trayectoria de Transición, los ODS, el GSTC) proporcionan una dirección y una credibilidad comunes, dando forma a la regulación, el acceso al mercado y la financiación.
- La concienciación permite establecer prioridades: las empresas deben centrarse primero en acciones de alto impacto y a corto plazo que aporten mejoras cuantificables.
- Para traducir la concienciación en acción se necesitan indicadores clave de rendimiento (KPI) sencillos (por ejemplo, energía, agua, residuos alimentarios o emisiones por huésped) que demuestren el progreso y eviten el greenwashing.

Los conceptos y mensajes presentados en el capítulo 1 constituyen la base de las próximas clases magistrales, en las que se orientará a las pymes a través de herramientas prácticas, métodos y aplicaciones reales. Las clases magistrales traducirán estas áreas operativas en pasos concretos de implementación adaptados a las necesidades y capacidades de las pymes turísticas.



02



CAPÍTULO 2

Desarrollo sostenible y medio ambiente

Capítulo 2: Desarrollo sostenible y medio ambiente

Título	Desarrollo sostenible y medio ambiente
Resultados de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none">▪ Identificar cómo las políticas de sostenibilidad afectan a las pymes turísticas.▪ Comprender las áreas clave de impacto ambiental y social de las operaciones de las pymes.▪ Reconocer la importancia de la adaptación al cambio climático para la continuidad de las actividades empresariales.▪ Explicar por qué la sostenibilidad refuerza la competitividad de las pymes.

Introducción

El turismo es un sector dinámico que depende en gran medida de la calidad medioambiental, el bienestar social y la viabilidad económica. Sin embargo, el turismo también contribuye al cambio climático, al agotamiento de los recursos y a la presión sobre las comunidades locales y los ecosistemas. El desarrollo sostenible ofrece una respuesta estratégica a estos retos al ayudar a las empresas turísticas, especialmente a las pymes, a operar de manera que se equilibre la rentabilidad con la responsabilidad medioambiental y la resiliencia a largo plazo.

Para las pequeñas empresas turísticas, la sostenibilidad ya no es un concepto secundario ni una mera estrategia de marca. Está cada vez más relacionada con la rentabilidad, la gestión de riesgos, las exigencias normativas, el posicionamiento en el mercado y el acceso a la financiación. Las personas que viajan cada vez son más conscientes del impacto medioambiental, y los mercados turísticos europeos están evolucionando rápidamente hacia modelos de negocio más sostenibles. Esta transición genera tanto oportunidades como obligaciones para las pymes, que representan la mayor parte del sector turístico en Europa.

El objetivo de este capítulo es sentar unas bases prácticas para comprender cómo se aplica el desarrollo sostenible al turismo desde la perspectiva de las pymes. En él se explica el contexto político más amplio que impulsa las expectativas en materia de sostenibilidad, se presentan las prioridades medioambientales y sociales clave relevantes para las operaciones turísticas y se identifican los argumentos económicos a favor de la adopción de prácticas más respetuosas con el medio ambiente. El capítulo también prepara el terreno para las próximas clases magistrales, al aclarar por qué la sostenibilidad no solo es necesaria desde el punto de vista medioambiental, sino que también supone una ventaja estratégica para las empresas turísticas.

De la política a la realidad empresarial

El contexto de la transición ecológica

La Unión Europea ha situado la sostenibilidad en el centro de su estrategia económica a largo plazo. Iniciativas como el Pacto Verde Europeo, el Plan de Acción para la Economía Circular y las directrices de la UE en materia de turismo están redefiniendo las expectativas sobre el funcionamiento de las empresas en relación con el clima, los recursos, la energía y la protección del medio ambiente.

Estas orientaciones políticas están en consonancia con marcos internacionales más amplios, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y el Acuerdo de París, que en conjunto establecen las expectativas a largo plazo en materia de clima y sostenibilidad para el sector turístico.

¿Qué significan estas políticas para las pymes turísticas?

Para los grandes operadores turísticos, el cumplimiento suele traducirse en estrategias formales de sostenibilidad u obligaciones de presentación de informes. Sin embargo, para las pymes, los efectos se dejan sentir de forma más operativa e inmediata, a través de:

- Mayor exposición a los costes de energía, agua y materiales.
- Expectativas cada vez mayores de las personas que visitan en cuanto a servicios turísticos responsables.
- El acceso a subvenciones e instrumentos financieros que dependen de criterios de sostenibilidad.
- Requisitos a nivel de destino vinculados a compromisos de sostenibilidad.
- Mayores expectativas de transparencia por parte de las organizaciones intermediarias y las cadenas de suministro.

En términos prácticos, esto significa que la sostenibilidad ya no es opcional. Por el contrario, se está convirtiendo progresivamente en una base operativa.

Relevancia para la transición ecológica en el turismo (¿por qué las pymes deben adaptarse?)

Las pymes del sector turístico son especialmente sensibles a la calidad medioambiental, los efectos del cambio climático y la reputación del destino. Las empresas que dan el paso a tiempo hacia unas operaciones sostenibles ganan en eficiencia, diferenciación y confianza. Las que se demoran corren el riesgo de incurrir en mayores costes, sufrir un deterioro de su reputación y verse excluidas en el futuro por la normativa o el mercado. La sostenibilidad se está convirtiendo cada vez más en una condición imprescindible para la continuidad empresarial a largo plazo.

Sostenibilidad en el turismo: una perspectiva operativa

La sostenibilidad en el turismo se comprende mejor cuando se traslada de los principios abstractos a áreas concretas de la práctica empresarial. Para las pymes, la sostenibilidad se vive a través de decisiones operativas diarias, más que a través de marcos teóricos.

Los pilares medioambientales, sociales y económicos de la sostenibilidad se reflejan aquí a través de las áreas operativas que afectan más directamente a las pymes turísticas.

La energía en las pymes turísticas

El consumo de energía es una de las áreas de mayor impacto en el turismo, especialmente en el alojamiento y los servicios que dependen de la calefacción, la refrigeración, la iluminación o los equipos de cocina. Reducir la demanda energética mediante medidas de eficiencia puede suponer un ahorro inmediato de costes, al tiempo que se reducen las emisiones. La transición de los combustibles fósiles a soluciones renovables refuerza aún más la resiliencia y alinea a las empresas con los objetivos climáticos a largo plazo. Incluso las mejoras a pequeña escala, como la mejora del aislamiento, la iluminación LED o los termostatos inteligentes, pueden generar beneficios económicos para las pymes.

Gestión del agua

La escasez de agua y el suministro irregular son retos cada vez más comunes para los destinos turísticos, especialmente los afectados por el estrés climático o los picos estacionales de demanda. Las pymes pueden mitigar esta presión mediante intervenciones de bajo coste, como la instalación de grifería de bajo consumo, la detección rápida de fugas, el fomento de un comportamiento responsable por parte de los y las huéspedes y el seguimiento de los patrones de consumo. Una gestión eficiente del agua protege a las empresas de la vulnerabilidad ante la escasez y el aumento de las tarifas de los servicios públicos, al tiempo que contribuye a la sostenibilidad general del destino.

Residuos

El turismo genera una amplia gama de residuos. Entre ellos se incluyen los residuos alimentarios, los envases de un solo uso, los productos de limpieza y los residuos generales asociados a la rotación de huéspedes. Reducir la intensidad de los materiales, favorecer el uso de alternativas reutilizables y separar los flujos de residuos pueden reducir significativamente el impacto medioambiental. Estas medidas también reducen los costes de eliminación y sientan las bases para prácticas de economía circular más avanzadas, que se tratarán con más detalle más adelante en las clases magistrales.

Movilidad y accesibilidad

La movilidad afecta tanto a la huella medioambiental del turismo como a la inclusividad de la experiencia de las personas visitantes. Si bien el transporte de larga distancia escapa del control de las pymes, las decisiones sobre los desplazamientos locales pueden verse influidas por la forma en que las empresas comunican las opciones, estructuran los servicios y colaboran con las organizaciones socias locales. Proporcionar información sobre rutas a pie, transporte público,

servicios de lanzadera o alquiler de bicicletas fomenta opciones de movilidad de bajo impacto. Garantizar la accesibilidad también favorece la inclusión social y amplía la base de visitantes.

Para las pymes, las consideraciones de movilidad implican:

- Colaboración con los proveedores de transporte locales.
- Ofrecer a visitantes alternativas al uso del coche privado.
- Facilitar la infraestructura para caminar y andar en bicicleta o el acceso a ella.
- Garantizar que las soluciones de movilidad sigan siendo inclusivas para todas las personas usuarias.

Naturaleza y biodiversidad

Muchas experiencias turísticas tienen su origen en paisajes naturales, ecosistemas o entornos culturales. La pérdida de biodiversidad, la degradación del suelo y la mala gestión de los flujos de visitantes pueden mermar el atractivo de los destinos y perjudicar los medios de vida locales. Las pymes pueden proteger el capital natural gestionando el uso de los recursos de forma responsable, evitando perturbar las zonas sensibles y apoyando las iniciativas medioambientales locales. Actuar como guardianes del lugar refuerza la relación de la empresa con el territorio del que depende.

Las pymes pueden apoyar la biodiversidad mediante:

- La adquisición de alimentos y productos de proveedores regenerativos o locales.
- La protección de las áreas naturales en torno a los lugares turísticos.
- La reducción de la contaminación acústica y lumínica que afecta a la fauna silvestre.
- La colaboración con ONGs medioambientales o iniciativas locales de conservación.

Valor local y bienestar de la comunidad

Una empresa turística contribuye a la sostenibilidad no solo a través de su desempeño medioambiental, sino también a través de su relación con la comunidad anfitriona. Las pymes refuerzan la sostenibilidad social cuando contratan personal local, colaboran con proveedores de la comunidad y respetan la autenticidad cultural. Estas acciones refuerzan la identidad del destino, generan confianza a nivel local y garantizan que los beneficios del turismo se compartan en lugar de ser explotados. En muchas regiones, la buena voluntad de la comunidad también es un factor clave para la continuidad y la reputación de las empresas. Para las pymes, esto puede implicar:

- Contratación local y desarrollo de competencias.
- Colaboraciones con productores y artesanos de la comunidad.
- Promoción de la autenticidad cultural y el patrimonio.

- Relación con las partes interesadas locales.

Esta dimensión vincula la sostenibilidad medioambiental con la legitimidad social y la cohesión del destino.

Adaptación al cambio climático en las pymes del sector turístico

El cambio climático no solo afecta a los sistemas globales, sino también a las operaciones comerciales cotidianas de las pymes turísticas. A diferencia de la mitigación, que se centra en reducir las emisiones, la adaptación consiste en hacer frente a los impactos que ya se están produciendo o que se prevé que se intensifiquen.

¿Por qué la adaptación es importante para las pymes?

El turismo es un sector muy sensible al clima. Las temperaturas extremas, la escasez de agua, las tormentas y el estrés ecológico afectan directamente a la continuidad de la actividad empresarial. Las pymes cuentan con menos reservas financieras que las grandes empresas, por lo que la adaptación es esencial para la gestión de riesgos. En este contexto, la adaptación se convierte no solo en una responsabilidad medioambiental, sino también en una condición para la resiliencia económica.

Entre los riesgos habituales para las pymes turísticas se incluyen:

- El estrés térmico afecta al confort de los huéspedes y aumenta los costes de refrigeración.
- La escasez de agua está reduciendo la fiabilidad del suministro, especialmente durante la temporada alta.
- Las inundaciones o tormentas dañan las infraestructuras o interrumpen el acceso.
- La exposición a incendios forestales amenaza la seguridad y la imagen del destino.
- La erosión y la degradación del paisaje reducen el atractivo.
- El deterioro de los ecosistemas afecta a la calidad del turismo basado en la naturaleza

En este contexto, la adaptación no es solo una preocupación medioambiental, sino un elemento estratégico de la gestión de riesgos y la continuidad del negocio.

Medidas prácticas de adaptación

Las pymes pueden aplicar estrategias de adaptación que sean realistas, de bajo coste y proporcionales a su tamaño y nivel de exposición. El enfoque se centra en la protección práctica y la continuidad, no en inversiones en infraestructuras a gran escala.

Área de impacto	Ejemplo de medidas de adaptación para pymes
-----------------	---

Aumento de las temperaturas	Estructuras de sombra, diseño de refrigeración pasiva, mejoras en la ventilación y adaptación de los horarios de apertura.
Escasez de agua	Depósitos de almacenamiento, equipos de ahorro de agua, paisajismo resistente a la sequía y sensibilización a la clientela.
Inundaciones / tormentas	Mejora del drenaje, barreras de protección, reubicación de equipos vulnerables y protocolos de emergencia.
Riesgo de incendios forestales	Barreras vegetales, perímetros de seguridad, señalización de evacuación y coordinación con las autoridades.
Degradación del medio natural	Apoyo a las acciones de restauración, reducción de las perturbaciones en zonas sensibles y abastecimiento sostenible.

Estas medidas ayudan a las pymes a salvaguardar los servicios esenciales, mantener la experiencia de la clientela y demostrar su responsabilidad con respecto a la resiliencia del destino.

La adaptación como ventaja estratégica

La adaptación no es solo una respuesta al riesgo, sino que también puede reforzar la competitividad. Los destinos turísticos dan cada vez más prioridad a los operadores que pueden garantizar la continuidad del servicio, proteger los activos locales y contribuir a los esfuerzos de resiliencia climática. Las pymes que adoptan de forma proactiva medidas de adaptación son percibidas como socias más fiables por parte de los intermediarios, los gestores turísticos y los visitantes.

La adaptación también contribuye a forjar una buena reputación. Una empresa que protege su entorno natural, gestiona los riesgos climáticos de forma responsable y vela por el bienestar de sus huéspedes se posiciona como una entidad con visión de futuro y digna de confianza. Esto refuerza el valor de la marca y fortalece los lazos con las autoridades locales y las partes interesadas que trabajan en pro de los objetivos de sostenibilidad. En este sentido, la adaptación es tanto una estrategia de resiliencia como un factor diferenciador en el mercado, que ayuda a las pymes a seguir siendo viables y atractivas a medida que se intensifican las presiones medioambientales.

Argumentos económicos a favor de la sostenibilidad en las pymes turísticas

Para las pymes turísticas, la sostenibilidad no es solo una cuestión de cumplimiento normativo o ética, sino que está relacionada con la competitividad, el posicionamiento en el mercado, la reducción de riesgos y la viabilidad a largo plazo. A medida que evolucionan las expectativas de las personas consumidoras y los destinos dan prioridad al crecimiento responsable, las empresas que integran la sostenibilidad están mejor posicionadas para captar la demanda y ganarse la confianza de las partes interesadas.

Rentabilidad y estabilidad de los recursos

Los costes de la energía, el agua y los materiales están aumentando en toda Europa. Las medidas de eficiencia reducen los gastos operativos a largo plazo y hacen que las pymes sean menos vulnerables a la volatilidad del mercado. Incluso pequeños cambios en la gestión de los recursos pueden generar beneficios financieros duraderos.

Diferenciación en el mercado y reputación

El turismo prefiere cada vez más a los proveedores que reflejan responsabilidad medioambiental y social. Por lo tanto, la sostenibilidad puede ser una estrategia de diferenciación, que transmita calidad, cuidado del lugar y alineación con los valores turísticos emergentes. Refuerza la confianza y amplía la visibilidad en las redes de destinos y las cadenas de suministro.

Continuidad empresarial y reducción de riesgos

Al anticiparse a los riesgos climáticos, normativos y de mercado, las pymes orientadas a la sostenibilidad protegen la continuidad operativa. La adaptación y la gestión medioambiental responsable fomentan la resiliencia y reducen el riesgo para la reputación. Las empresas turísticas que no se adapten pueden verse excluidas de futuras cadenas de valor o estrategias de destino.



Preguntas para reflexionar

- ¿Cuáles son las principales presiones sobre los recursos en mis operaciones?
- ¿Qué riesgos medioambientales o climáticos podrían afectar a la continuidad del servicio?
- ¿Qué medidas de sostenibilidad podrían también reducir los costes o mejorar la experiencia?
- ¿Con qué actores locales podría colaborar para impulsar el cambio?

Estos «puntos de partida» son conceptuales más que técnicos. Ayudan a las pymes a tomar conciencia y prepararse para los instrumentos y metodologías prácticas que se tratarán en las clases magistrales del WP3.



Resumen del capítulo

Conclusiones clave

- Las pymes turísticas se ven afectadas por las políticas de sostenibilidad no como marcos abstractos, sino como expectativas operativas.
- El rendimiento medioambiental, la adaptación al cambio climático y la creación de valor local son factores interrelacionados que impulsan la resiliencia y la competitividad.

- La sostenibilidad es cada vez más una condición para el acceso al mercado, la reputación y las oportunidades de colaboración.
- El seguimiento de indicadores básicos ayuda a las pymes a anticipar futuras mejoras sin una complejidad inmediata.
- El siguiente paso es pasar de la comprensión a la aplicación práctica a través de las clases magistrales.

Los conceptos y mensajes presentados en el capítulo 2 constituyen la base de las próximas clases magistrales, en las que se guiará a las pymes a través de herramientas prácticas, métodos y aplicaciones del mundo real. Las clases magistrales traducirán estas áreas operativas en pasos de implementación concretos adaptados a las necesidades y capacidades de las pymes turísticas.



03



CAPÍTULO 3

Recopilación de casos prácticos

Capítulo 3: Recopilación de casos prácticos

Introducción

Los casos prácticos que se presentan en este capítulo ofrecen ejemplos de cómo se aplica el turismo sostenible en la práctica. Mientras que el capítulo 1 cubre los fundamentos del turismo y el turismo sostenible, incluyendo definiciones, tendencias del sector y su contribución a la economía de la UE, y el capítulo 2 explora los conceptos de desarrollo sostenible, gestión medioambiental y transición ecológica, este capítulo pasa de la teoría a su aplicación. Destaca cómo las organizaciones ponen en práctica con éxito los principios de sostenibilidad en diversos entornos y a diferentes escalas.

Cada caso presenta enfoques estructurados de sostenibilidad aplicados por pymes, cooperativas, redes, ONGs y autoridades públicas que buscan equilibrar la gestión medioambiental, el valor social y la viabilidad económica. Estos ejemplos demuestran cómo diversos actores traducen los compromisos estratégicos de sostenibilidad en acciones medibles y con base arraigadas en el ámbito local. Ilustran cómo la colaboración estructurada, la innovación y la participación de las partes interesadas pueden generar resultados medibles en materia de sostenibilidad.

En toda Europa, los agentes del sector turístico han puesto en marcha medidas como:

- Han implantado sistemas de gestión medioambiental y obtenido certificaciones ecológicas.
- Han creado redes arraigadas en la comunidad, reinvertiendo dinero y energía en el patrimonio local y el bienestar de la ciudadanía.
- Han ideado opciones turísticas de bajo impacto, como ofrecer una combinación de actividades terrestres, marítimas y culturales, visitas educativas guiadas y viajes culturales que dejan una huella mínima.
- Se aseguran de que tanto las personas visitantes como la población local aprendan más sobre la sostenibilidad, convirtiendo la educación en acción.
- Y han reunido a grupos públicos y privados, garantizando que sus esfuerzos tengan un impacto duradero en la región.

Este capítulo vincula la teoría que sustenta el turismo sostenible con lo que realmente ocurre sobre el terreno. Demuestra que no hay una única vía para hacer que el turismo sea más sostenible, sino que hay muchas formas de lograrlo. La transformación sostenible surge a través de una planificación estructurada, una gobernanza inclusiva y la participación coordinada de las partes interesadas.

Ecoturismo

El ecoturismo se refiere a los viajes responsables a zonas naturales que dan prioridad a la conservación, el bienestar de la comunidad y la educación medioambiental. En Europa, suele suponer un verdadero impulso para las zonas rurales y las áreas protegidas. Cuando se gestiona de forma estratégica, el ecoturismo puede respaldar los objetivos de conservación y, al mismo tiempo, fortalecer las economías rurales. Los siguientes ejemplos ilustran cómo el ecoturismo puede integrar la conservación, la participación comunitaria y las prácticas turísticas innovadoras. Demuestran que la gestión medioambiental y el rendimiento económico no son mutuamente excluyentes; cuando se alinean estratégicamente, pueden reforzarse y fortalecerse mutuamente.

1 Buena práctica 1:



Título	Red de Ecoturismo de Burren (BEN)
País	<i>Irlanda</i>
Organizador/ Proveedor/Sector	<ul style="list-style-type: none"> ● Red de pymes, ONGs y organismos públicos ● Operador turístico ● Colaboración con las autoridades públicas
Resumen	<p>La Red de Ecoturismo del Burren agrupa a más de 60 empresas turísticas del Geoparque Mundial de la UNESCO del Burren y los Acantilados de Moher. El objetivo de la Red es integrar la sostenibilidad de forma sistemática en las operaciones diarias de las empresas, en lugar de tratarla como un argumento promocional. Todos los miembros de la red siguen el Código de buenas prácticas para el turismo sostenible del Geoparque. El Código ofrece una guía estructurada que abarca temas como la energía, el agua, los residuos, la conservación, la participación de la comunidad y la educación de visitantes. Existen herramientas de formación y autoevaluación para ayudar a las personas a mantenerse en el buen camino. La red colabora con iniciativas del Geoparque, como «Leave No Trace» (No dejes rastro), para promover un comportamiento responsable por parte de los visitantes y reforzar la gestión medioambiental. Como resultado, se ha fortalecido la colaboración entre las empresas, se ha reducido el impacto medioambiental y se ha reforzado el patrimonio local.</p>

Antecedentes y retos	Las pequeñas empresas carecían de herramientas coordinadas, de indicadores compartidos y de un discurso coherente sobre la sostenibilidad capaz de respaldar su posicionamiento en el mercado. No disponían de herramientas reales, ni de un plan de acción común, ni nada que les ayudara a reducir su impacto o a elaborar un discurso convincente sobre la sostenibilidad. Y, debido a todo ello, entrar en nuevos mercados parecía casi imposible.
Objetivos	Ayudar a las empresas a cuidar mejor el medio ambiente, animarlas a reinvertir en el patrimonio local y crear un destino que destaque por su sostenibilidad. Un lugar que la gente reconozca como apto para el mercado y genuinamente comprometido con la preservación de lo que realmente importa.
Enfoque/Medidas adoptadas	Geopark LIFE y sus organizaciones socias elaboraron un código de buenas prácticas bastante práctico. Ofrecen formación para ayudar a establecer puntos de referencia y objetivos en materia de energía, agua y residuos. Las auditorías periódicas garantizan que todos sigan por el buen camino y existe una vía clara para obtener certificaciones de terceros. Para unirse a la red, hay que cumplir el código y utilizar adecuadamente la marca del destino; de este modo, los esfuerzos de todas las partes marcan realmente la diferencia.
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: El Código de prácticas se centra en cómo se utilizan la energía y el agua, cómo se gestionan los residuos y cómo se cuida el paisaje. Leave No Trace (No dejes rastro) se incluye en la formación como algo que la gente realmente aprende y utiliza. ● Social: Se han establecido fuertes vínculos con otras organizaciones miembro de la comunidad del Geoparque, y todas trabajan juntas y se ayudan mutuamente a crecer. Hay muchas oportunidades para establecer contactos, desarrollar competencias y para que visitantes y turistas aprendan algo nuevo. ● Económico: Las organizaciones que forman parte de BEN se unen para realizar actividades de marketing, lo que ayuda a todas a destacar. Este enfoque fortalece a las pequeñas empresas locales y mantiene el turismo durante todo el año, no solo en los meses de mayor actividad y afluencia.
Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Compartir enfoques prácticos que funcionan para las pymes.</i> ● <i>Conseguir que todas las organizaciones se sumen a un conjunto de directrices comunes.</i> ● <i>Ofrecer formación práctica que la gente pueda aplicar realmente.</i> ● <i>Hacer un seguimiento del progreso y comparar los resultados para ver qué es lo que funciona.</i> ● <i>Establecer un calendario claro para cumplir con los estándares de certificación de confianza y cumplirlo.</i>

Página web	https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/
Justificación de la selección	BEN muestra cómo un código aplicable a todo un destino, respaldado por formación y supervisión, puede integrar la sostenibilidad en numerosas pequeñas empresas y operadores, lo que lo convierte en un modelo escalable para las regiones rurales.



Preguntas para la autorreflexión

1. ¿Qué datos mínimos deben recopilar las pymes para evaluar de forma fiable el impacto inicial?
2. ¿Cómo puede un código de destino servir de estímulo para las microempresas, en lugar de suponer una carga para ellas?
3. ¿Qué certificaciones de terceros se adaptan mejor a los pequeños operadores rurales?

2 Buena práctica 2:



Título	Ecoturismo en los Picos de Europa
País	<i>España</i>
Organizador/ Proveedor/Sector	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades públicas ● Pymes, ONGs ● Operadores turísticos
Resumen	<p>El plan «Ecoturismo en Picos de Europa: Destino Onís» se puso en marcha en el corazón de Onís, una zona rural de Asturias enclavada en los Picos de Europa. La idea es alejarse de las multitudes y el ruido habituales y centrarse en un tipo de turismo que realmente beneficie a las personas que viven allí. El objetivo es reposicionar el turismo mediante un marco de sostenibilidad arraigado en la comunidad. Las pequeñas empresas locales tienen así una oportunidad real de destacar. El plan les anima a unirse a la red «Soy Ecoturista», pero solo si respetan el medio ambiente, valoran las tradiciones locales y se aseguran de que los beneficios se queden realmente en la zona. Están poniendo en marcha rutas guiadas por la naturaleza, dando protagonismo a la gastronomía local —especialmente el queso Gamonéu, que prácticamente se vende solo— y replanteándose cómo se desplaza la gente, para que todo funcione de forma más limpia y eficiente. La iniciativa hace hincapié en la participación comunitaria y la implicación de las partes interesadas. Onís ilustra cómo se puede implementar con éxito el ecoturismo en destinos rurales de montaña. Esto sirve de ejemplo de cómo se puede promover simultáneamente la protección del medio ambiente, la preservación cultural y el desarrollo económico mediante una planificación integrada del destino.</p>
Antecedentes y retos	<p>Onís se encuentra en el corazón de los Picos de Europa, una región caracterizada por su rica biodiversidad, sus antiguas tradiciones pastorales y sus comunidades montañosas que históricamente han sufrido el aislamiento geográfico. Sin embargo, en los últimos años, la zona ha comenzado a experimentar una creciente presión turística. El flujo de visitantes de atracciones populares cercanas, como los Lagos de Covadonga, se extiende cada vez más al municipio, lo que plantea nuevos retos de gestión. Al mismo tiempo, muchas empresas locales siguen dependiendo en gran medida del turismo estacional, lo que se traduce en ingresos fluctuantes y una estabilidad económica limitada fuera de los periodos de temporada alta.</p>

Objetivos	<p>Dar un nuevo rumbo al turismo: menos impacto, más valor real. La iniciativa se centró en establecer vínculos más sólidos con el patrimonio y las tradiciones agropastoriles, al tiempo que se proporcionaba a las empresas locales las herramientas necesarias para crecer de una manera que realmente beneficiara a la comunidad. El objetivo era desarrollar productos de ecoturismo en consonancia con la protección de la biodiversidad, el patrimonio cultural y la movilidad de bajo impacto. Las personas visitantes ayudarían a proteger la biodiversidad, elegirían formas más ecológicas de desplazarse y evitarían los habituales lugares turísticos abarrotados. En su lugar, podrían explorar los Picos de Europa a través de opciones que dejan una huella más ligera y ofrecen algo diferente al turismo de masas.</p>
Enfoque/Medidas adoptadas	<p>Onís se asoció con empresas locales, ONGs y autoridades regionales para poner en marcha un gran Plan de Ecoturismo. El proyecto combinaba la planificación estratégica con medidas prácticas de implementación respaldadas por formación estructurada e inversión. Durante cuatro años, impartieron más de 200 horas de formación a las empresas locales, que abarcaban temas desde la sostenibilidad y las competencias digitales hasta la accesibilidad. Ayudaron a las pequeñas empresas a afiliarse al Club de Ecoturismo en España, lo que supuso un gran impulso para la credibilidad del turismo local. También trazaron nuevas rutas temáticas que ponen de relieve la biodiversidad de la zona, sus antiguas tradiciones pastorales y el famoso queso local. Además, invirtieron en medios de transporte que respetan el medio ambiente, como carriles bici y un servicio de transporte eléctrico para los visitantes. Mejoraron la señalización, acondicionaron los centros de visitantes y elaboraron nuevas guías para ayudar a las personas a conectar de verdad con el lugar. Todo ello situó a Onís en el punto de mira como una de las mejores opciones para el turismo sostenible en los Picos de Europa.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: <i>la red organizada de senderos alivia la presión sobre las zonas frágiles, ayuda a proteger los hábitats y permite a las personas explorar el territorio sin causar un gran impacto.</i> ● Social: <i>Cuando la población del lugar organiza actividades, como visitas guiadas a queserías, paseos con pastores o avistamiento de fauna silvestre, se refuerza el orgullo de la comunidad y se mantienen vivas las tradiciones. Las personas que viven allí ayudan a dar forma a las experiencias y guían al visitante, por lo que desarrollan habilidades y sienten que realmente son partícipes del proceso.</i> ● Económico: <i>Los ingresos rurales aumentan a medida que la gente diversifica sus actividades, como visitas guiadas por la naturaleza, la venta de productos locales o la certificación de pequeñas empresas. No se trata solo de atraer a más turismo, sino de hacer que cada visita valga la pena.</i>

Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none">● <i>Empezar con un plan de destino sólido y obtener la certificación de Soy Ecoturista. Establecer criterios claros, ofrecer formación real y aportar credibilidad de mercado a su proyecto.</i>● <i>Crear experiencias en torno a temas que conecten la naturaleza, la cultura y los productos locales; de esta manera, los visitantes sacarán más provecho de su viaje y lo recordarán.</i>● <i>Incluir a la comunidad local. Involucrarla desde el principio. Su apoyo es fundamental si quiere que las cosas duren.</i>
Página web	https://www.onisecoturismo.es/
Justificación de la selección	<p>Es un magnífico ejemplo de cómo las autoridades públicas lideran el ecoturismo en un área natural protegida y de gran valor. Las pequeñas empresas locales también participan, como los queseros, los pastores y las personas que trabajan en los pastos. La conservación desempeña un papel fundamental, centrándose en la biodiversidad y la observación de especies. Incluso hay infraestructura para un turismo de bajo impacto, además de ayuda para obtener certificaciones. En conjunto, muestra cómo las zonas rurales pueden avanzar hacia un turismo sostenible de una manera que realmente funciona y que puede replicarse en otros lugares.</p>



Preguntas para la autoreflexión

1. ¿Qué indicadores deben seguir el destino y las pymes participantes para medir el éxito en materia de conservación, beneficios para la comunidad y resiliencia económica?
2. ¿De qué manera se puede integrar el patrimonio local (producción de queso, pastoreo, fauna local, etc.) en las experiencias de los visitantes sin mercantilizarlo ni perder su autenticidad?
3. ¿Qué estrategias de gestión de visitantes (rutas, señalización, movilidad, etc.) son más eficaces para prevenir la degradación medioambiental en los ecosistemas de montaña?



Turismo cultural

El turismo cultural se centra en la interpretación y la experiencia de los bienes del patrimonio material e inmaterial, entre los que se incluyen la arquitectura, las tradiciones, la gastronomía y las industrias creativas. Une a las personas, ayuda a las comunidades a conservar su identidad y fomenta el diálogo entre las personas que viven en el territorio y las personas que lo visitan. Cuando se hace bien, el turismo cultural no solo protege el patrimonio, sino que permite a la población del lugar dar forma a la historia y beneficiarse realmente de ella. En toda Europa encontrará muchos lugares que están adoptando enfoques novedosos, utilizando su patrimonio y sus industrias creativas para construir un futuro más inclusivo, innovador y sostenible. Los siguientes ejemplos ilustran cómo se aplican estos enfoques en la práctica.

3

Buena práctica 3:



Título	Les Maisons du Voyage
País	Francia
Organizador/ Proveedor/Sector	● Agencia de viajes - PYME
Resumen	Les Maisons du Voyage es una agencia de viajes francesa especializada en viajes a medida y aventuras para grupos reducidos, no solo en Francia, sino en todo el mundo. La agencia se distingue por su firme compromiso con experiencias de viaje que permiten una inmersión cultural y están estructuradas de forma ética. Sus viajes se diseñan con el objetivo de apoyar el patrimonio, la naturaleza y las comunidades locales. Este compromiso se formaliza a través de la certificación «Agir pour un Tourisme Responsable» (Actuar por un turismo responsable).

Antecedentes y retos	<p>Les Maisons du Voyage lleva décadas creando viajes que realmente tienen sentido. La organización da prioridad a las experiencias de viaje inmersivas que fomentan un compromiso significativo con las culturas y comunidades locales. Desde 1991, se han convertido en expertos en diseñar viajes que transmiten una sensación de personalización, ayudando a las personas a conectar de verdad con los lugares y las comunidades que visitan. Su compromiso con el turismo responsable no es solo palabrería: lo respaldan con la certificación ATR y una larga colaboración con la Fundación GoodPlanet, apoyando proyectos con un impacto social y medioambiental real en todo el mundo. Ofrecer productos de turismo responsable de larga distancia plantea retos medioambientales y operativos cuantificables. Crear viajes de alta calidad y responsables requiere un gran esfuerzo, y el mundo del turismo puede cambiar de la noche a la mañana.</p> <p>Les Maisons du Voyage demuestra que una empresa pequeña y apasionada puede integrar la sostenibilidad en su trabajo diario, incluso cuando aumentan los retos del sector turístico.</p>
Objetivos	<p>Les Maisons du Voyage quiere que las personas que viajan experimenten las culturas locales y conecten de verdad con las personas y las tradiciones con las que se encuentran. La organización da prioridad al diseño de viajes éticos basados en principios de responsabilidad medioambiental y social. Para ellos la sostenibilidad no es solo una palabra de moda, sino que forma parte de todo lo que hacen, desde la creación de viajes personalizados hasta la elección de las adecuadas organizaciones socias. Su objetivo es diseñar viajes que generen resultados positivos tanto para el turismo como para los destinos que se visitan. Además de diseñar experiencias de viaje responsables, también apoyan programas medioambientales y sociales de mayor alcance. Les Maisons du Voyage también participa en proyectos más grandes, como la reforestación, la agrosilvicultura y la ayuda a las comunidades para que se fortalezcan. Creen que los viajes pueden hacer algo más que abrir la mente; pueden marcar la diferencia. Para ellos, el turismo cultural no tiene por qué elegir entre ganar dinero y hacer lo correcto. Se pueden tener ambas cosas.</p>

Enfoque/Medidas adoptadas	<p>En 2020, Les Maisons du Voyage oficializó su compromiso con el turismo responsable al obtener la etiqueta ATR, certificada por Ecocert. Para su clientela y socios, esto convirtió sus valores de toda la vida en una promesa real y auditada. Este compromiso se institucionalizó mediante la creación de un departamento interno dedicado a la sostenibilidad, responsable de la gobernanza y la transparencia. Desde 2017, colaboran con la Fondation GoodPlanet, apoyando proyectos en todo el mundo. Algunos ejemplos son los proyectos agroforestales en Ecuador, el apoyo a iniciativas de agricultura familiar en Etiopía y los programas de conservación forestal en Perú. Su impacto va mucho más allá del turismo. En lo que respecta a los viajes, diseñan sus itinerarios para que sean auténticos intercambios culturales y experiencias en grupos reducidos. Quieren que los viajeros conecten con las comunidades locales y respeten el patrimonio, primando siempre la calidad y la autenticidad por encima del turismo de masas. Además, comparten un código ético con los viajeros, animando a todos a viajar de forma responsable. Para ellos, la sostenibilidad no es solo una política, sino que está integrada en cada parte del viaje.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: <i>Hace que la gente reflexione sobre cómo sus decisiones a la hora de viajar afectan al planeta. Destaca los destinos y actividades respetuosas con el medio ambiente, como los alojamientos ecológicos, la colaboración en la protección de especies en peligro de extinción o la colaboración con ONGs locales. También anima a los viajeros a tomarse las cosas con más calma y a optar por formas de desplazamiento más sostenibles.</i> ● Social: <i>se trata de un intercambio cultural auténtico y del respeto a las tradiciones locales. El turismo se convierte en una forma de fomentar el entendimiento, la tolerancia y la inclusión social. Los viajeros pueden sumergirse en las culturas locales y conectar con las comunidades.</i> ● Económico: <i>Impulsa las economías locales al crear demanda de experiencias que se perciben como genuinamente auténticas. Los proveedores locales también se benefician. Además, demuestra que la sostenibilidad no solo es buena para el mundo, sino que también es una sólida estrategia empresarial.</i>
Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Obtener la certificación de turismo responsable.</i> ● <i>Crear un equipo interno de sostenibilidad que realmente se preocupe por marcar la diferencia.</i> ● <i>Trabajar con organizaciones en las que confíe, con personas que sepan lo que hacen.</i> ● <i>Crear experiencias reales que acerquen al turismo y las comunidades locales.</i> ● <i>Enseñar a los viajeros cómo viajar de forma responsable y hacer que se involucren.</i>
Página web	https://www.maisonsduvoyage.com/

Justificación de la selección

Esta agencia integra la sostenibilidad en todo lo que hace. Los viajes no se limitan a hacer turismo, sino que están diseñados para que las personas que viajan experimenten la cultura local, conecten de verdad con la gente y dejen una huella positiva. Se rigen por el sello «Agir pour un Tourisme Responsable» (Actuar por un turismo responsable), que no es solo una casilla que marcar. Significa que prestan atención al medio ambiente, apoyan a las comunidades locales y respetan el patrimonio local, todo al mismo tiempo. Todo su enfoque demuestra que se puede dirigir una agencia de viajes que ofrezca a las personas que viajan algo auténtico, ayude a los lugares que visitan y, al mismo tiempo, vele por la naturaleza y las tradiciones.

**Preguntas para la autoreflexión**

1. ¿Cómo puede un proveedor turístico equilibrar la oferta de experiencias auténticas y culturalmente enriquecedoras con la responsabilidad medioambiental y social?
2. ¿Qué medidas puede adoptar una empresa para formalizar sus compromisos de sostenibilidad, como obtener certificaciones, elaborar políticas internas o establecer alianzas estratégicas?
3. ¿Cómo se puede animar a las personas que viajan a adoptar comportamientos responsables que apoyen a las comunidades locales y protejan el medio ambiente?

4 Mejor práctica 4:



Título	Museo al aire libre de Mazovia en Sierpc: patrimonio vivo y turismo sostenible
País	Polonia
Organizador/ Proveedor/Sector	● Museo público/Institución cultural
Resumen ejecutivo	<p>El Museo al Aire Libre de Mazovia, en Sierpc, adopta un modelo de interpretación del patrimonio inmersivo que recrea la vida rural de Mazovia en su contexto paisajístico histórico. A través de exposiciones interactivas y talleres de artesanía local, consiguen que la historia cobre vida. El museo da prioridad a los materiales locales y los productos gastronómicos regionales, al tiempo que apoya a los artesanos locales y muestra prácticas tradicionales de vida sostenible. Este enfoque demuestra cómo el turismo cultural puede fomentar tanto la responsabilidad medioambiental como la participación de la comunidad. El Museo del Campo de Mazovia lleva esta idea aún más lejos. Se esfuerzan por mantener vivas las tradiciones locales y compartirlas de una forma que resulte auténtica. Integran el museo en el entorno natural, reduciendo al mínimo su huella medioambiental, y apuestan decididamente por la participación de la comunidad. A través de la educación y el fomento del turismo responsable, se aseguran de que la atención se centre en preservar lo que realmente importa: tanto la cultura como el territorio.</p>
Antecedentes y retos	<p>El Museo del Campo de Mazovia, en Sierpc, se fundó en 1971, justo cuando las antiguas costumbres rurales de Mazovia estaban desapareciendo rápidamente. La arquitectura rural tradicional, los sistemas de producción artesanal y las prácticas culturales inmateriales corrían el riesgo de desaparecer debido a los cambios demográficos y estructurales. El museo asumió una tarea difícil. No se trataba solo de salvar edificios. Querían mantener vivo el panorama completo: la tierra, la disposición del paisaje y el espíritu de cómo vivía la gente. Cuando lo visitas, no solo ves objetos, sino que te haces una idea real de la vida cotidiana y las tradiciones del campo de Mazovia, tal y como eran en realidad.</p>

Objetivos	<p>El museo quiere mantener vivas la arquitectura local y las tradiciones populares. Reconstruye un antiguo pueblo, pieza a pieza, para que los visitantes puedan sumergirse en el pasado y sentir cómo era la vida rural. La gente aprende a través de exposiciones interactivas, talleres y todo tipo de eventos de temporada. El museo se centra en la educación auténtica, no sólo en exponer objetos, sino en mostrar cómo funcionaban realmente. Y en lugar de convertir el patrimonio en otra trampa para turistas, el museo trabaja para proteger y dar un nuevo impulso a la cultura local, asegurándose de que el turismo ayude a la comunidad en lugar de limitarse a explotarla.</p>
Enfoque/Medidas adoptadas	<p>El museo da vida a la historia trasladando y reconstruyendo edificios antiguos, llenándolos de objetos tradicionales y conservando el ambiente de un auténtico pueblo de Mazovia. No sólo ves paredes, sino también jardines, huertos, campos y animales, todo ello integrado en el paisaje. Estos elementos vivos mantienen vivas las antiguas tradiciones y, al mismo tiempo, contribuyen a la conservación del medio ambiente. Los visitantes no solo miran, sino que también participan. Las fiestas estacionales, los talleres prácticos y las demostraciones de artesanía atraen a la gente y la hacen parte de la historia. Es un lugar donde uno empieza a comprender de verdad la importancia de este patrimonio, y se sale con ganas de protegerlo. El museo mantiene la autenticidad, pero no excluye a la gente. Los senderos, la señalización y las instalaciones facilitan la exploración, pero no entorpecen la experiencia auténtica. Es un lugar donde el turismo no solo preserva el pasado, sino que mantiene vivas las tradiciones y conecta a las personas con la comunidad.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: fomento de materiales tradicionales de bajo impacto y prácticas agrícolas sostenibles. ● Social: Preservación del patrimonio cultural inmaterial, educación sobre la vida rural y participación de la comunidad. ● Económicos: abastecimiento local, empleo artesanal y promoción de productos regionales.
Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconstrucción y reubicación como estrategia de conservación. ● Patrimonio vivo y participación. ● Modelo de turismo sostenible que equilibra la autenticidad y las necesidades de las personas que visitan el lugar. ● Sostenibilidad cultural a través de la participación. ● Uso polivalente: museo, centro educativo, centro comunitario y lugar de rodaje.
Página web	https://mwmskansen.pl/

Justificación de la selección

Este museo demuestra cómo las instituciones culturales pueden apostar de verdad por la sostenibilidad. Combina turismo, educación y conservación del patrimonio de una forma que realmente funciona. Cuando llegan los visitantes, se les anima a viajar de forma responsable, y todo el lugar contribuye a vincular aún más la cultura con la economía local. No se trata solo de contemplar objetos antiguos, sino de apoyar a la comunidad y mantener vivas las tradiciones.

**Preguntas para la autoreflexión**

1. ¿Cómo puede un proveedor turístico de su comunidad integrar el patrimonio, las tradiciones o la artesanía local en su oferta para crear vínculos culturales significativos para los visitantes?
2. ¿De qué manera puede un proveedor turístico diseñar experiencias que permitan al turista participar activamente en prácticas culturales sin comprometer la autenticidad o la integridad del lugar patrimonial?
3. ¿Qué estrategias puede implementar una organización para garantizar que el aumento del número de visitantes no degrade los recursos culturales, sociales o naturales de los que depende?

Turismo de aventura

El turismo de aventura lleva a las personas a la naturaleza —piensa en el senderismo, la escalada o el remo— y, al mismo tiempo, se garantiza que respeten el medio ambiente y las culturas locales a lo largo del camino. Anima al turista a descubrir lugares fuera de los circuitos habituales, acercándole a comunidades remotas o rurales y ayudando a fomentar la gestión responsable, la inclusión y los beneficios reales para la población local. Cuando los destinos gestionan bien este tipo de turismo, se alivia la presión de las temporadas altas, se contribuye a la protección de los espacios naturales y se ofrecen a las comunidades formas más fiables de ganarse la vida. Los siguientes casos prácticos muestran cómo diferentes lugares utilizan el turismo de aventura para recuperarse y construir un futuro más resiliente.

5 Buena práctica 5:

Imagen de Ghost Acolyte en pexels



Título	Parque Natural de Arrábida
País	Portugal
Organizador/ Proveedor/Sector	<ul style="list-style-type: none">● Autoridades públicas● Pymes, ONGs● Operadores turísticos

Resumen	Situado al sur de Lisboa, el Parque Natural de Arrábida se ha convertido en un modelo estructurado de turismo de aventura orientado a la conservación. Los guías locales colaboran con equipos de conservación para organizar todo tipo de actividades, desde senderismo y kayak hasta buceo y exploración de la costa. Esto demuestra cómo el turismo de aventura bien estructurado puede generar valor económico al tiempo que se protege la integridad ecológica. De esta manera, el parque se aleja de la habitual escena de playas abarrotadas. En cambio, atrae visitantes durante todo el año, impulsa la economía local e inspira a las personas a cuidar la tierra y el mar.
Antecedentes y retos	El Parque Natural de Arrábida existe desde 1976 y abarca 176 kilómetros cuadrados de colinas escarpadas y costa mediterránea. El parque incluye espectaculares acantilados de piedra caliza, ecosistemas mediterráneos y zonas de gran biodiversidad marina. Con el paso de los años, el turismo, la pesca y la navegación no regulados comenzaron a ejercer una presión real sobre el lugar, especialmente en zonas frágiles como las praderas marinas. El gran reto era intentar proteger el medio ambiente mientras el turismo seguía creciendo. Se trata de un equilibrio constante: mantener la naturaleza a salvo, utilizar las zonas sensibles de forma responsable y garantizar que la comunidad local se beneficie realmente.
Objetivos	El turismo de aventura de Arrábida pretende ir más allá del simple entretenimiento de las personas que lo visitan. Se trata de crear experiencias auténticas e inolvidables que respeten el medio ambiente y la cultura local. La idea es ayudar a las personas a conectar con el patrimonio y las tradiciones de la zona, y no solo a disfrutar del paisaje. Al mismo tiempo, este enfoque fomenta el empleo y las empresas locales, protege tanto la tierra como el mar y ofrece al turista una razón para visitar la zona más allá de las habituales vacaciones en la playa. En definitiva, se trata de forjar un vínculo más profundo entre visitantes, la comunidad y la naturaleza.
Enfoque/Medidas adoptadas	Operadores locales como Vertente Natural comenzaron organizando excursiones por tierra, pero ahora también ofrecen kayak, paseos en barco y aventuras costeras, gracias en parte a la financiación pública. Se rigen por las normas del ICNF para las áreas protegidas, por lo que la conservación sigue siendo una prioridad, especialmente en las zonas marinas. En las visitas guiadas, visitantes aprenden sobre la fauna, la geología y la cultura locales. La tecnología también desempeña su papel, ya que permite realizar un seguimiento del número de visitantes y difundir el mensaje de la protección del medio ambiente. El destino da prioridad al turismo a pequeña escala y basado en la naturaleza, en consonancia con los marcos de gestión de la conservación. El destino da prioridad al turismo a pequeña escala y basado en la naturaleza, en lugar del desarrollo turístico a gran escala. En su lugar, la gente viene a caminar, montar en bicicleta, observar aves y dejar una huella ecológica mínima.

Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: el turismo basado en la naturaleza reduce la presión sobre las frágiles playas, promueve la protección del hábitat y utiliza prácticas sostenibles como la eficiencia energética y el uso racional del agua. Los programas educativos y las herramientas digitales sensibilizan sobre la biodiversidad y la conservación. ● Social: el turismo durante todo el año crea puestos de trabajo para la juventud local en los ámbitos del turismo y el medio ambiente, lo que le ayuda a permanecer en la región, mientras que las experiencias guiadas refuerzan los vínculos con la naturaleza. ● Económico: los proveedores locales atraen a visitantes nacionales e internacionales, lo que genera empleo durante todo el año e impulsa el crecimiento económico sostenible de la región.
Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Involucrar a las autoridades del parque, las comunidades locales y los operadores turísticos para armonizar el turismo con la conservación y las necesidades locales. ● Ofrecer una combinación de actividades terrestres, marítimas y culturales para reducir la presión sobre los lugares vulnerables y evitar el exceso de turismo. ● Utilizar visitas guiadas, contenidos interpretativos y herramientas digitales para educar a los visitantes y promover un comportamiento responsable. ● Formar y contratar a residentes locales para desarrollar sus competencias, crear puestos de trabajo durante todo el año y mantener los beneficios en la comunidad. ● Implementar prácticas medioambientales en el sector hotelero y hacer cumplir la normativa de las áreas protegidas para equilibrar el turismo y la conservación.
Página web	http://www.natural.pt/en
Justificación de la selección	<p>El Parque Natural de Arrábida ofrece un entorno diverso para actividades turísticas relacionadas con la naturaleza, como senderismo, kayak y buceo. Se puede practicar senderismo, kayak, escalada o buceo, todo ello rodeado de una belleza salvaje cuidadosamente protegida. El parque funciona bajo un marco de gestión de la conservación que involucra a las empresas y comunidades locales en el desarrollo turístico. El destino integra el turismo basado en la naturaleza, el patrimonio cultural y la participación de la comunidad local. El destino demuestra cómo el turismo de aventura puede contribuir a la resiliencia regional a largo plazo y al desarrollo sostenible. Los operadores turísticos locales no solo muestran el lugar a visitantes, sino que crean puestos de trabajo reales, especialmente con la ayuda de subvenciones públicas. El turismo aquí realmente impulsa la economía local, sin dañar el medio ambiente.</p>



Preguntas para la autoreflexión

1. ¿Qué estrategias podría aplicar un proveedor turístico para conciliar el desarrollo turístico con la protección del medio ambiente?

2. Basándonos en el ejemplo de Arrábida, ¿cómo se podría aplicar el turismo de bajo impacto para reducir la presión ecológica y apoyar a las comunidades locales?
3. ¿Cómo podría un proveedor turístico utilizar la educación para aumentar la concienciación de los visitantes sobre su zona?

6 Buena práctica 6:



Título	Killary Adventure Centre
País	<i>Irlanda</i>
Organizador/ Proveedor/Sector	● Killary Adventure Company - PYME - Turismo de aventura, alojamiento y ecoturismo
Resumen	Killary Adventure Company existe desde 1981, justo a orillas del fiordo Killary, en Connemara. Lo que comenzó como una pequeña empresa ahora ofrece todo tipo de actividades de aventura y alojamientos, con un gran énfasis en el medio ambiente. Últimamente, han redoblado sus esfuerzos en materia de sostenibilidad: han obtenido la certificación B Corporation, han inaugurado un nuevo albergue ecológico, han pasado a utilizar energías renovables, han reducido los residuos y colaboran más con la población local. La empresa pone en práctica los principios de sostenibilidad mediante un rendimiento medioambiental cuantificable y una certificación reconocida. Killary Adventure Centre demuestra cómo el turismo de aventura puede funcionar en un lugar tan sensible y hermoso como este.
Antecedentes y retos	Fundada en 1981 por entusiastas de las actividades al aire libre, Killary Adventure Company se estableció como uno de los primeros operadores de turismo de aventura de Irlanda. Desde entonces, se ha diversificado. Ahora no solo se dedica a las vacaciones de aventura, sino que también organiza excursiones escolares, campamentos de verano, programas corporativos, actividades acuáticas y terrestres, visitas guiadas y sin guía, e incluso grandes eventos de aventura a través de su filial, Gaelforce Events. Pero gestionar un negocio de turismo de aventura en un lugar tan salvaje y hermoso no es fácil. Se trabaja en medio de montañas, un fiordo y bosques autóctonos. Eso significa que hay que estar muy atento a los residuos, el consumo de energía y el uso del terreno, todo ello mientras se intenta proteger el paisaje y mantener la prosperidad de la flora y la fauna locales. Y a medida que llegaba más gente y aumentaban las plazas de alojamiento, la presión sobre el medio ambiente no hizo más que aumentar.
Objetivos	Killary Adventure Company quiere que todo el mundo pueda disfrutar de la aventura al aire libre, independientemente de su origen. Ofrecen alojamientos respetuosos con el medio ambiente y llevan a cabo sus actividades de forma que se proteja el entorno. Su objetivo es reducir al mínimo su impacto en la naturaleza, ayudar a la comunidad local e impulsar la economía local. Quieren demostrar que el turismo de aventura no tiene por qué dañar el planeta, sino que, de hecho, puede establecer un nuevo estándar para el turismo responsable en la Irlanda rural.

Enfoque/Medidas adoptadas	<p>Killary Adventure Company se toma muy en serio la sostenibilidad. La empresa ha invertido en infraestructuras energéticamente eficientes, sistemas de energía renovable y soluciones integradas de gestión de residuos. Su impacto también se nota en la comunidad local: crea puestos de trabajo, devuelve la vida a edificios antiguos y mantiene las actividades de aventura durante todo el año. Su certificación B Corporation demuestra su compromiso con las prácticas empresariales responsables en materia medioambiental y social. Y nunca se detienen: siempre están mejorando sus instalaciones, siempre impulsando un turismo mejor y más responsable.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Medioambientales: han reducido su impacto medioambiental mediante el uso de energías renovables, la gestión de residuos y la conservación del paisaje natural circundante. ● Social: la empresa ha creado puestos de trabajo y ha apoyado a la comunidad local, al tiempo que ha hecho accesibles las actividades de aventura al aire libre a un amplio abanico de personas. ● Económico: la variedad de actividades y alojamientos ha impulsado el turismo y reforzado su reputación como empresa sostenible.
Recomendaciones/ Lecciones aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Comenzar con la sostenibilidad y adaptarse con el tiempo para mejorar las prácticas respetuosas con el medio ambiente. ● Ofrecer actividades y servicios diversos para gestionar la demanda de visitantes y las fluctuaciones estacionales. ● Diseñar cuidadosamente la infraestructura utilizando energías renovables, edificios eficientes y materiales locales. ● Apoyar a la comunidad local mediante la creación de puestos de trabajo, la restauración de edificios históricos y el abastecimiento local. ● Mantener la transparencia y las certificaciones para generar confianza y garantizar un turismo responsable.
Sitio web	<p>https://killaryadventure.com/en/environment</p>
Justificación de la selección	<p>Killary Adventure Centre lleva años demostrando a todo el mundo que el turismo no tiene por qué dañar el planeta. Tienen una visión global de la sostenibilidad: no solo se centran en el medio ambiente, sino también en las personas, la economía local y su funcionamiento diario. Su ubicación también es muy especial, en medio de un paisaje frágil, por lo que han aprendido a equilibrar la diversión con la protección de la naturaleza. Con certificaciones como la de B Corp en su haber, son pioneros en turismo sostenible. Otras empresas de turismo de aventura pueden fijarse en lo que hace Killary y seguir su ejemplo. El modelo demuestra la escalabilidad y replicabilidad en el contexto del turismo de aventura rural.</p>



Preguntas para la autorreflexión

1. ¿Cómo pueden los operadores de turismo de aventura conciliar el crecimiento empresarial con la conservación del medio ambiente en zonas naturales sensibles?

2. ¿De qué manera la integración de la sostenibilidad social, económica y ecológica puede mejorar el éxito a largo plazo de una empresa turística?
3. ¿Qué lecciones del Killary Adventure Centre podrían aplicarse a su propio enfoque de las prácticas turísticas responsables y sostenibles?

Los conceptos y mensajes presentados en el capítulo 3 constituyen la base de las próximas clases magistrales, en las que se guiará a las pymes a través de herramientas prácticas, métodos y aplicaciones del mundo real. Las clases magistrales traducirán estas áreas operativas en pasos de implementación concretos adaptados a las necesidades y capacidades de las pymes turísticas.



PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

Conclusión

Conclusión

Este manual teórico ha sentado unas bases sólidas para comprender la sostenibilidad en el turismo desde la perspectiva de las pymes europeas. A lo largo de los tres capítulos, el texto ha pasado deliberadamente de los conceptos y definiciones básicos, pasando por los contextos políticos y medioambientales, hasta llegar a ejemplos concretos de sostenibilidad en la práctica. En conjunto, estos capítulos aclaran por qué la sostenibilidad ya no es una cuestión secundaria para las empresas turísticas, sino un imperativo estratégico que afecta directamente a la competitividad, la resiliencia y la viabilidad a largo plazo.

- ❖ El capítulo 1 presentó los conceptos fundamentales del turismo, la hostelería y el turismo sostenible y regenerativo, situándolos dentro de la escala y la estructura del ecosistema turístico de la UE. Al destacar el papel predominante de las pymes y los impactos ambientales, sociales y económicos significativos que se generan a lo largo de las cadenas de valor del turismo, el capítulo replanteó la sostenibilidad como una realidad operativa en lugar de una ambición política abstracta. El análisis de los marcos normativos de la UE e internacionales demostró además cómo las señales normativas, financieras y de mercado condicionan cada vez más las condiciones empresariales de las empresas turísticas, lo que convierte la adaptación a dichos marcos tanto en una estrategia de gestión de riesgos como en una fuente de oportunidades.
- ❖ El capítulo 2 profundizó en esta perspectiva al trasladar los principios del desarrollo sostenible a las realidades cotidianas a las que se enfrentan las pymes del sector turístico. En él se analizó cómo el rendimiento medioambiental, la adaptación al cambio climático y la creación de valor local se entrecruzan con la rentabilidad, la continuidad del servicio, la estabilidad de la plantilla y la resiliencia de los destinos. Al centrarse en áreas operativas prácticas como la energía, el agua, los residuos, la movilidad, la biodiversidad y la participación de la comunidad, el capítulo reforzó la idea de que la sostenibilidad está integrada en las decisiones diarias y no es una iniciativa aislada. Es importante destacar que posicionó la adaptación al cambio climático no solo como una responsabilidad medioambiental, sino como un componente fundamental de la continuidad empresarial en un contexto climático cada vez más volátil.
- ❖ A continuación, el capítulo 3 pasó de la teoría a la práctica, demostrando cómo se pueden aplicar los principios de sostenibilidad en diversos contextos turísticos. Los ejemplos ilustraron múltiples vías hacia el turismo sostenible, desde redes de ecoturismo e instituciones de patrimonio cultural hasta operadores de turismo de aventura en paisajes protegidos. En conjunto, estas buenas prácticas mostraron que no existe un modelo único de turismo sostenible, sino más bien un abanico de enfoques determinados por el contexto local, las estructuras de gobernanza y la capacidad empresarial. Lo que las une es el compromiso con la colaboración, la medición fiable, la participación de la comunidad y la gestión responsable a largo plazo del territorio.

En conjunto, estos capítulos hacen algo más que crear conciencia. Establecen la lógica estratégica para la transformación. Aclaran los riesgos de la inacción, las oportunidades que ofrece la sostenibilidad y los cambios estructurales que se están produciendo en el ecosistema turístico europeo. Las clases magistrales que siguen pasan de la comprensión a la ejecución. Traducen la visión estratégica en diseño operativo. Mientras que los capítulos teóricos han explicado por qué es importante la sostenibilidad y dónde se produce su impacto, las clases magistrales se centran en cómo las pymes turísticas pueden rediseñar sus modelos de negocio, definir indicadores medibles, priorizar las intervenciones e integrar la sostenibilidad en la creación de valor fundamental.

A través de ejercicios estructurados, plantillas de modelos de negocio y herramientas de planificación aplicadas, las clases magistrales ayudan a las empresas turísticas a convertir la sostenibilidad de un principio abstracto en una estrategia competitiva práctica y medible. En concreto, la plantilla de modelo de negocio presentada en las clases magistrales sirve como instrumento práctico a través del cual se pone en marcha esta transformación estratégica. Esta transición marca un cambio deliberado: de la reflexión a la acción, de la concienciación al cambio estructurado y de la teoría a la transformación.



PROGRAMA DE FORMACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

Clases magistrales

Programa de formación en modelos de negocio sostenibles: clases magistrales

Descripción general

Las clases magistrales constituyen el núcleo de la implementación del programa de formación. Mientras que los capítulos teóricos establecen por qué es necesaria la transformación sostenible, las clases magistrales demuestran cómo se puede poner en práctica en contextos empresariales turísticos reales.

Cada clase magistral se centra en una vía estratégica de turismo sostenible:

- Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental.
- Turismo cultural y sostenibilidad social.
- Turismo de aventura y sostenibilidad económica.

Estos temas representan puntos de partida prácticos a través de los cuales las pymes turísticas pueden rediseñar sus propuestas de valor, reforzar su resiliencia y alinearse con las prioridades de la transición ecológica de la UE.

La estructura de cada clase magistral está deliberadamente orientada a la acción. Se guía al alumnado a través de un proceso estructurado que incluye:

- Análisis de los impactos operativos.
- Identificación de las intervenciones prioritarias en materia de sostenibilidad.
- Definición de indicadores de rendimiento medibles.
- Rediseño de las propuestas de valor fundamentales.
- Integración de la sostenibilidad en la lógica del modelo de negocio.

Una característica central de las clases magistrales es la “plantilla del modelo de negocio”, que garantiza que la sostenibilidad se integre en componentes básicos como las alianzas, las estructuras de costes, las fuentes de ingresos y los segmentos de clientela. Esto evita que la sostenibilidad se trate como un complemento y, en su lugar, la posiciona como un motor de la competitividad a largo plazo.

Al finalizar las clases magistrales, el alumnado habrá desarrollado:

- Un plan de acción sostenible estructurado.

- Indicadores clave de rendimiento (KPI) claros.
- Una propuesta de valor rediseñada y alineada con la sostenibilidad.
- Una hoja de ruta para la mejora continua.

Por lo tanto, las clases magistrales cambian el enfoque de la concienciación a la implementación. Demuestran que los modelos de negocio basados en la sostenibilidad pueden reducir el riesgo sistémico al tiempo que refuerzan la rentabilidad, la resiliencia y el valor del destino.



01



CLASE MAGISTRAL I

Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental

Clase magistral 1: Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental

Título del módulo	Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental
Grupo destinatario	<ul style="list-style-type: none"> ● Propietarios/as de empresas turísticas y hoteleras ● Gerentes de empresas ● Profesorado de FP
Introducción	<p>El ecoturismo es más que viajar: es un compromiso con la protección de la naturaleza y el apoyo a las comunidades locales. Al centrarse en actividades de bajo impacto, la conservación y la educación, permite a las empresas turísticas reducir su huella medioambiental y, al mismo tiempo, crear experiencias auténticas que aportan un valor añadido a largo plazo tanto para los visitantes como para los destinos. A medida que el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y el agotamiento de los recursos amenazan cada vez más los espacios naturales, el ecoturismo y la sostenibilidad medioambiental se han convertido en estrategias esenciales para un turismo responsable. La integración de estas prácticas ayuda a las empresas a contribuir a un planeta más saludable, al tiempo que se mantienen competitivas en un mercado en crecimiento para los viajes sostenibles.</p>
Resultados de aprendizaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los principios básicos del ecoturismo y la sostenibilidad medioambiental. 2. Identificar los principales impactos ambientales del turismo (por ejemplo, emisiones, residuos, pérdida de biodiversidad). 3. Reconocer estrategias prácticas para reducir la huella medioambiental en las operaciones turísticas. 4. Aplicar prácticas ecológicas en la gestión de la energía, el agua, los residuos y la movilidad. 5. Desarrollar una propuesta de valor sostenible para mejorar la competitividad empresarial. 6. Crear un plan de sostenibilidad viable con objetivos a corto, medio y largo plazo.
Duración	7 horas
Preparación	<p>La persona que facilita la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Revisa la estructura, los objetivos y las actividades del módulo. - Se asegura de disponer de los materiales necesarios: un proyector, pósteres, rotafolios, folletos y acceso a vídeos.

PLAN DE LA LECCIÓN (2 HORAS)

Vídeo breve

Resumen: Este vídeo presenta los principios clave del turismo sostenible, centrándose en minimizar el impacto medioambiental, promover prácticas responsables y destacar los beneficios tanto para las empresas como para los destinos. Es ideal para las empresas turísticas que buscan orientación práctica sobre la implementación de soluciones sostenibles en sus operaciones.

Ver: <https://www.youtube.com/watch?v=oL-X2iQi864>

Resumen: Este vídeo explica el ecoturismo y su papel en la promoción de la sostenibilidad medioambiental. Destaca formas prácticas en las que las empresas turísticas pueden reducir su impacto en la naturaleza y, al mismo tiempo, beneficiar a las comunidades locales.

Ver:
<https://www.youtube.com/watch?v=bxOgeDBX8w4>

Desarrollo del módulo

A. Introducción al módulo (5 min)

El capital natural sustenta la competitividad turística y el atractivo de los destinos en toda Europa. A lo largo de los siglos, las personas han viajado para disfrutar de estos espacios naturales, en busca de aventura, relajación y conexión con la naturaleza. Sin embargo, a medida que el turismo ha crecido, también lo ha hecho su impacto en el medio ambiente: los bosques se reducen, los hábitats de la fauna silvestre se ven alterados y la contaminación amenaza precisamente la belleza que atrae a los visitantes en primer lugar. El ecoturismo proporciona un marco estructurado para armonizar el desarrollo turístico con las prioridades de conservación. No se trata simplemente de visitar espacios naturales, sino de una forma de viajar que respeta los ecosistemas, promueve la conservación e involucra a las comunidades locales como socias en lugar de espectadoras. Al integrar la sostenibilidad medioambiental en las operaciones turísticas, las empresas pueden reducir su huella ecológica, preservar los recursos naturales y ofrecer experiencias auténticas que benefician tanto al turismo como a las comunidades de acogida. Este módulo presenta los principios del ecoturismo y la sostenibilidad medioambiental, enmarcándolos en el contexto más amplio de las políticas de la UE, los retos medioambientales globales y las estrategias empresariales prácticas. Las personas participantes explorarán cómo el turismo puede ser una fuerza de regeneración en lugar de degradación, aprendiendo no solo la teoría, sino también herramientas prácticas para implementar prácticas sostenibles en sus propios negocios. A través de este módulo, nuestro objetivo es capacitar a los operadores turísticos para que replanteen su relación con la naturaleza, diseñen experiencias de bajo impacto, educativas y enriquecedoras, y reconozcan que la sostenibilidad es tanto una responsabilidad ética como una ventaja competitiva.

B. Desarrollo del módulo (1 h 45 min)

1: Introducción al ecoturismo (5 min)

El ecoturismo se define como «el turismo responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente, favorece el bienestar de la población local e implica interpretación y educación». En esta sesión se presentan

los principios básicos del ecoturismo, haciendo hincapié en su diferencia con el turismo de masas. Los temas principales son:

- **Definición y principios:** comprender el enfoque del ecoturismo en la conservación, el bienestar de la comunidad y la educación.
- **Comparación con el turismo de masas:** destacar las diferencias en cuanto a impacto y enfoque.
- **Papel en el Pacto Verde de la UE:** analizar cómo el ecoturismo se alinea con los objetivos de sostenibilidad de la UE.

Ejemplo: la etiqueta ecológica de la UE para alojamientos turísticos establece criterios sobre el uso de la energía, el consumo de agua, el uso de productos químicos y la gestión de residuos, promoviendo la responsabilidad medioambiental (Comisión Europea, 2023).

2: Impactos medioambientales del turismo (15 min)

El turismo puede generar importantes retos medioambientales, como las emisiones de gases de efecto invernadero, la pérdida de biodiversidad y la generación de residuos. En esta sesión se analizan estos impactos y se debaten estrategias para mitigarlos:

- **Principales presiones medioambientales:** identificación de los principales problemas medioambientales causados por el turismo.
- **Debate en grupo:** análisis de ejemplos locales de impactos negativos y posibles soluciones.

Ejemplo: Un elevado número de turistas puede ejercer presión sobre los ecosistemas locales, lo que provoca la degradación del hábitat y el aumento de la contaminación (Gössling et al., 2021).

3: Herramientas para la sostenibilidad (15 min)

La implementación de prácticas sostenibles requiere herramientas y marcos de trabajo eficaces. Esta sesión abarca:

- **Certificaciones ecológicas:** descripción general de las normas de la etiqueta ecológica de la UE y del GSTC.
- **Evaluaciones de impacto ambiental (EIA):** comprensión de su papel en la planificación y la toma de decisiones.
- **Diseño de infraestructuras sostenibles:** principios para desarrollar instalaciones respetuosas con el medio ambiente.

Actividad: Las personas participantes utilizan una «lista de verificación para la auditoría de ecoturismo» para evaluar un destino turístico de muestra e identificar áreas de mejora.

Ejemplo: Las normas reconocidas por el GSTC para hoteles ayudan a las empresas a implementar prácticas sostenibles, centrándose en la sostenibilidad medioambiental, social y económica (Consejo Global de Turismo Sostenible, 2023).

4: Ecologizar sus operaciones (15 min)

Los cambios operativos son fundamentales para la sostenibilidad. Esta sesión se centra en:

- **Gestión de la energía, el agua y los residuos:** estrategias para reducir el consumo y los residuos.
- **Cadena de suministro y compras sostenibles:** abastecimiento responsable y reducción del impacto medioambiental.
- **Certificaciones ecológicas y buenas prácticas:** aplicación de normas reconocidas para orientar las operaciones.

Ejemplo: la certificación Green Globe ayuda a las empresas turísticas a mejorar su rendimiento en materia de sostenibilidad, abarcando áreas como la eficiencia energética y la gestión de residuos (Green Globe, 2023).

Tarea: Redactar un breve plan de acción en el que se destaque una mejora operativa que se pueda implementar de inmediato (por ejemplo, reducción del consumo energético, clasificación de residuos).

5: Ecomovilidad en el turismo (15 min)

El transporte contribuye de manera significativa a la huella medioambiental del turismo. En esta sesión se exploran:

- **Tipos de transporte ecológico:** a pie, en bicicleta, en autobuses eléctricos y en transporte público.
- **Planificación de rutas turísticas sostenibles:** diseño de itinerarios que minimicen el impacto medioambiental.
- **Accesibilidad e inclusión:** garantizar que todos los visitantes dispongan de opciones sostenibles.

Ejemplo: la iniciativa de Copenhague recompensa al turista que utiliza el transporte público o la bicicleta, promoviendo la movilidad ecológica (Ciudad de Copenhague, 2024).

6: Marketing y experiencia del visitante (15 min)

Una comunicación eficaz de las iniciativas de sostenibilidad mejora la participación de los visitantes. Esta sesión abarca:

- **Comunicación de sus valores ecológicos:** estrategias para transmitir mensajes transparentes y auténticos.
- **Narrativa y herramientas digitales:** cómo utilizar la narrativa y la tecnología para conectar con el público.
- **Colaboración con las comunidades locales y las organizaciones de gestión de destinos:** colaborar para mejorar la experiencia de los visitantes.

Ejemplo: La iniciativa «Mejores pueblos turísticos» de la OMT destaca los destinos que demuestran prácticas de turismo sostenible (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, 2024).

Actividad: Miniplan de marketing (10 min): las personas participantes esbozan una breve campaña en la que destacan una práctica sostenible de su negocio.

7: Planificación para el cambio (15 min)

Es esencial convertir el conocimiento en acción. Esta sesión se centra en:

- **Autoevaluación empresarial:** evaluar las prácticas actuales de

sostenibilidad .

- **Establecimiento de objetivos:** identificar los cambios que se deben implementar a corto, medio y largo plazo.
- **Plan de acción sostenible:** desarrollar una hoja de ruta para el desarrollo sostenible.

Ejemplo: El Plan de Acción Nacional de Crecimiento Sostenible 2021-2025 describe estrategias para mejorar la sostenibilidad en el sector turístico (Ministerio de Medio Ambiente de Jordania, 2021).

8: Intercambio entre pares y resumen (10 min)

Compartir experiencias y conocimientos fomenta el aprendizaje. Esta sesión incluye:

- **Intercambio de ideas y ejemplos de casos:** debate sobre iniciativas exitosas y retos.
- **Presentaciones opcionales:** las personas participantes presentan borradores de planes para recibir retroalimentación.

Ejemplo: Killarney, Irlanda, aspira a convertirse en la ciudad más sostenible para 2030, impulsando iniciativas como la eliminación de vasos de un solo uso y la promoción de la conservación medioambiental (The Times, 2024).

C. Conclusiones (10 min)

El ecoturismo no es solo un segmento de nicho, sino un camino hacia negocios turísticos resilientes, responsables y rentables. A lo largo de este módulo, las personas participantes han explorado los principios del ecoturismo, analizando el impacto medioambiental del turismo y adquirido herramientas prácticas para integrar la sostenibilidad en las operaciones, el marketing y las experiencias de las personas visitantes. Las prácticas sostenibles son tanto una responsabilidad ética como una ventaja competitiva. Al reducir la huella de carbono, conservar la biodiversidad e implicar a las comunidades locales, las empresas turísticas pueden fortalecer su reputación de su marca, atraer a viajeras y viajeros con conciencia ecológica y contribuir a la salud a largo plazo de los destinos. La combinación de teoría y práctica en esta clase magistral prepara a la gerencia y propiedad de empresas para:

- Identificar las presiones medioambientales en sus operaciones e implementar estrategias de mitigación eficaces.
- Aplicar herramientas de sostenibilidad, como certificaciones verdes, evaluaciones de impacto y planificación de infraestructuras respetuosas con el medio ambiente.
- Comunicar las prácticas sostenibles a las personas visitantes de una manera auténtica y atractiva.
- Diseñar planes de acción para transformar su modelo de negocio hacia la sostenibilidad a largo plazo.

En definitiva, el ecoturismo y la sostenibilidad medioambiental están interconectados: cada pequeña mejora contribuye a un impacto positivo mayor sobre los ecosistemas, las comunidades y el sector turístico en su conjunto. Las empresas que adoptan este enfoque no solo están apoyando al planeta: están construyendo un futuro en el que el turismo

prospera en armonía con la naturaleza.

CONTENIDO DE LA LECCIÓN

Introducción al ecoturismo

Basado en los resultados del contenido teórico

Definición y principios

- Comparación con el turismo de masas
- El papel del ecoturismo en el Pacto Verde Europeo

Comparación: ecoturismo vs. turismo de masas

Aspecto	Ecoturismo	
Enfoque principal	Sostenibilidad y conservación	Entretenimiento y beneficio económico
Escala	Pequeña escala, número reducido de visitantes	A gran escala, con un elevado número de visitantes
Impacto medioambiental	Bajo, gestionado cuidadosamente	Alto (contaminación, uso excesivo de recursos)
Papel de la comunidad local	Participación activa y beneficios directos	A menudo marginada
Modelo económico	Desarrollo local a largo plazo	Inversión externa, a corto plazo
Experiencia turística	Educativa, basada en la naturaleza, auténtica	Estandarizada, orientada al consumo
Infraestructura	Respetuosa con el medio ambiente, de bajo impacto	Grandes complejos turísticos, infraestructura intensiva

El papel del ecoturismo en el Pacto Verde Europeo

El **Pacto Verde Europeo** es la estrategia de la UE para alcanzar **la neutralidad climática en 2050**, promover el crecimiento sostenible y proteger los ecosistemas naturales. El ecoturismo contribuye directamente a varios de sus objetivos.

Áreas de contribución

Acción por el clima

- Promoción de opciones de viaje con bajas emisiones de carbono.
- Alojamientos energéticamente eficientes.
- Apoyo a las estrategias de reducción de carbono en el turismo.

Biodiversidad y protección de la naturaleza

- Fomenta la protección de los espacios de la red Natura 2000.
- Apoyo a proyectos de restauración y conservación de ecosistemas.
- Reduce la presión del turismo masivo en zonas sensibles.

Crecimiento económico sostenible

	<ul style="list-style-type: none"> ● Crea empleo verde y local. ● Apoya a las regiones rurales y remotas. ● Fomenta prácticas de economía circular (reducción de residuos, aprovisionamiento local). <p><i>Inclusión social y desarrollo regional</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalece las comunidades locales. ● Previene la despoblación de las zonas rurales. ● Impulsa modelos turísticos justos e inclusivos.
Impactos medioambientales del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Principales presiones medioambientales (emisiones de gases de efecto invernadero, pérdida de biodiversidad, generación de residuos) <ul style="list-style-type: none"> ○ Mayor presión sobre los recursos naturales (agua, energía, suelo) ○ Contaminación del aire, el agua y el suelo (transporte, residuos, aguas residuales) ○ Daños a los ecosistemas y la biodiversidad (pérdida de hábitats, alteración de la fauna) ○ Generación de grandes cantidades de residuos, especialmente en temporada alta ○ Contribución al cambio climático a través de las emisiones derivadas del transporte ○ Degradación de paisajes y sitios culturales y naturales debido al hacinamiento ○ Sobreexplotación de entornos frágiles (costas, montañas, áreas protegidas) • Potencial de apoyo a la conservación cuando el turismo está bien gestionado (financiación, sensibilización)
Nuevas formas de oferta turística más sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Ecolodges, experiencias guiadas en la naturaleza y voluntariado para la conservación: los ecolodges son alojamientos respetuosos con el medio ambiente diseñados para minimizar el consumo de energía y el impacto medioambiental, al tiempo que se integran en el entorno natural. Las experiencias guiadas en la naturaleza se centran en la educación, la sensibilización sobre la biodiversidad y la interacción responsable con los ecosistemas, a menudo dirigidas por guías locales especializados. El voluntariado para la conservación permite a los y las turistas participar activamente en proyectos de protección del medio ambiente, como la vigilancia de la fauna o la restauración de hábitats. En conjunto, estas formas de turismo apoyan las economías locales y contribuyen directamente a la conservación de la naturaleza. • Turismo de mínimo impacto : tiene como objetivo reducir los efectos negativos sobre el medio ambiente limitando el consumo de recursos, la generación de residuos y las emisiones de carbono. Promueve prácticas como los viajes en grupos reducidos, el transporte de bajo impacto y el alojamiento sostenible. Se anima al turista a adoptar comportamientos

	<p>responsables, respetando la fauna, los paisajes y las culturas locales. Este enfoque contribuye a preservar los espacios naturales para las generaciones futuras, manteniendo al mismo tiempo la viabilidad del turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertas altamente especializadas: las ofertas turísticas altamente especializadas se dirigen a nichos de mercado como la observación de aves, el senderismo, la fotografía de la vida silvestre o el turismo cultural. Estas experiencias suelen ser a pequeña escala y se gestionan cuidadosamente para evitar la sobreexplotación de los recursos naturales y culturales. Atraen a viajeros y viajeras concienciadas con el medio ambiente que valoran la calidad y la autenticidad por encima del consumo masivo. Como resultado, las ofertas especializadas generan un mayor valor con una menor presión medioambiental.
Propuestas de valor y buenas prácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Propuestas de valor para el tema de la clase magistral. <p>Ejemplo de buena práctica 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este caso se centra en una iniciativa de ecoturismo comunitario en un espacio natural protegida. Demuestra cómo la participación local mejora los resultados de conservación y la satisfacción de las personas visitantes. Aprenden cómo la creación de valor compartido apoya tanto los objetivos medioambientales como los sociales. <p>Ejemplo de buena práctica 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este caso examina un ecoparque que integra energías renovables y tecnologías eficientes en el uso de los recursos. Destaca el papel de la transparencia y la educación de los y las huéspedes en la promoción de comportamientos sostenibles. El ejemplo muestra cómo la comodidad y la sostenibilidad pueden coexistir con la hospitalidad. <p>Ejemplo de buena práctica 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este caso presenta un programa de turismo de voluntariado de conservación. Ilustra cómo la participación práctica aumenta la conciencia medioambiental y el compromiso emocional. El alumnado comprende cómo las experiencias significativas pueden generar apoyo a largo plazo para las iniciativas de conservación.
Innovación y herramientas digitales	<ul style="list-style-type: none"> • SIG para la cartografía de la conservación: los sistemas de información geográfica (SIG) se utilizan para cartografiar y monitorizar recursos naturales, áreas protegidas y puntos críticos de biodiversidad. Ayudan a quienes planifican el turismo a identificar ecosistemas sensibles y a gestionar los flujos de visitantes para reducir la presión medioambiental. Los SIG apoyan la toma de decisiones basada en datos empíricos, combinando datos espaciales con indicadores medioambientales. Esta tecnología es esencial para equilibrar el desarrollo turístico con los objetivos de conservación. • Sensores inteligentes para el control del agua y la energía: los sensores inteligentes permiten monitorizar en tiempo real el consumo de agua y energía en las instalaciones turísticas. Ayudan

	<p>a detectar ineficiencias, fugas y usos excesivos, lo que permite a las empresas reducir el desperdicio de recursos. Al proporcionar datos precisos, contribuyen al ahorro de costes y a la responsabilidad medioambiental. Su uso contribuye a reducir las emisiones de carbono y a lograr operaciones más sostenibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas de certificación sostenible en línea: permiten a las empresas turísticas evaluar, documentar y verificar digitalmente sus prácticas de sostenibilidad. Aumentan la transparencia y la credibilidad al ofrecer criterios de sostenibilidad estandarizados e informes públicos. Estas plataformas ayudan a los turistas a tomar decisiones informadas a la hora de seleccionar servicios respetuosos con el medio ambiente. Como resultado, la certificación ecológica fomenta unos estándares de sostenibilidad más elevados en todo el sector turístico. • Gestión inteligente de la energía en hoteles y restaurantes: los sistemas inteligentes de gestión de la energía optimizan la calefacción, la refrigeración, la iluminación y el uso de los electrodomésticos en función de la demanda en tiempo real. Utilizan la automatización y el análisis de datos para reducir el consumo energético innecesario sin comprometer la comodidad de los y las huéspedes. Estos sistemas reducen los costes operativos y contribuyen a los objetivos climáticos. Su adopción es una innovación clave para mejorar la eficiencia energética en las empresas hoteleras.
<p>Creación de nuevos modelos de negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología CANVAS <p>El Business Model Canvas (BMC) es una herramienta estratégica que se utiliza para diseñar, analizar e innovar modelos de negocio de forma clara y visual. Consta de nueve bloques que describen cómo una empresa crea, ofrece y captura valor. En el turismo sostenible, la metodología CANVAS ayuda a integrar el valor medioambiental y social junto con el rendimiento económico. Apoya la innovación al hacer que los objetivos de sostenibilidad sean visibles y medibles dentro del modelo de negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de modelo de negocio <p>Una plantilla de modelo de negocio proporciona un marco estructurado para desarrollar y documentar las operaciones y la estrategia de una empresa. Por lo general, incluye elementos clave como la propuesta de valor, los segmentos de clientela, las fuentes de ingresos y las alianzas estratégicas. En el turismo sostenible, las plantillas se adaptan para incluir indicadores de sostenibilidad como la eficiencia en el uso de los recursos, el impacto en la comunidad y la huella de carbono. Esto ayuda a las empresas a alinear la rentabilidad con la responsabilidad medioambiental y social a largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos de modelos de negocio más sostenibles <p>Los modelos de negocio de turismo sostenible suelen centrarse en operaciones de bajo impacto, aprovisionamiento local y propiedad comunitaria. Algunos ejemplos son los alojamientos ecológicos que utilizan energías renovables, los operadores turísticos que ofrecen viajes neutros en carbono y los hoteles que aplican principios de economía circular. Estos modelos hacen hincapié en la creación de valor a largo plazo en lugar de en los beneficios a corto plazo. Al reducir el impacto medioambiental y apoyar a las comunidades locales, contribuyen a un sector turístico más resiliente.</p>

Turismo inclusivo para grupos diversos (étnicos, de género, de capacidad)	<p>Experiencias en la naturaleza adaptadas para personas con discapacidad visual, ayudas a la movilidad en senderos</p> <p>El turismo inclusivo tiene como objetivo garantizar que las experiencias turísticas sean accesibles, seguras y acogedoras para personas de todos los perfiles y capacidades. Las experiencias en la naturaleza adaptadas para personas con discapacidad visual pueden incluir senderos táctiles, audioguías, señalización en braille y experiencias sensoriales guiadas. Las ayudas a la movilidad en senderos, como pasarelas de madera, rampas y miradores accesibles, permiten a las personas con movilidad reducida disfrutar de los entornos naturales de forma autónoma. Al eliminar las barreras físicas y sociales, el turismo inclusivo promueve la participación igualitaria, al tiempo que apoya la justicia social y la diversidad en el desarrollo del turismo sostenible.</p>
Herramientas para la implementación	<ul style="list-style-type: none"> Programas de certificación ecológica (Ecolabel de la UE, Green Key) <p>Los programas de certificación ecológica, como EU Ecolabel y Green Key, ofrecen estándares reconocidos para el rendimiento medioambiental en el turismo y la hostelería. Evalúan criterios como la eficiencia energética, el uso del agua, la gestión de residuos y el aprovisionamiento sostenible. La certificación ayuda a las empresas a mejorar sus prácticas medioambientales, al tiempo que aumenta la credibilidad y la confianza entre el turismo preocupado por el medio ambiente. Estos programas también apoyan la alineación con las políticas de sostenibilidad y los objetivos climáticos de la UE.</p> <ul style="list-style-type: none"> Calculadoras de impacto medioambiental <p>Las calculadoras de impacto medioambiental son herramientas digitales que se utilizan para medir la huella de carbono y el uso de recursos de las actividades turísticas. Ayudan a las empresas turísticas y a las personas viajeras a comprender las consecuencias medioambientales de sus decisiones en materia de transporte, alojamiento y consumo. Al proporcionar datos cuantificables, estas herramientas favorecen una mejor toma de decisiones y promueven estrategias de reducción de emisiones. Su uso contribuye a la transparencia y a la mejora continua en la gestión del turismo sostenible.</p>
Financiación del cambio de modelos de negocio	<ul style="list-style-type: none"> Estimación de costes de transformación y necesidades de inversión <p>La estimación de los costes de transformación implica evaluar las inversiones necesarias para tecnologías energéticamente eficientes, infraestructuras sostenibles, formación del personal y herramientas digitales. Este proceso ayuda a las empresas a comprender los gastos a corto plazo frente a los ahorros y los beneficios medioambientales a largo plazo. Una estimación precisa de los costes reduce el riesgo financiero y apoya la planificación estratégica. También contribuye a identificar prioridades y plazos realistas para la transición hacia modelos de negocio más sostenibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fuentes de financiación: Programa LIFE de la UE, Horizonte Europa, microcréditos verdes <p>El programa LIFE de la UE apoya proyectos centrados en la protección del medio ambiente, la acción por el clima y la conservación de la</p>

biodiversidad. Horizonte Europa proporciona financiación para proyectos de innovación, investigación y proyectos piloto, incluidas soluciones de turismo sostenible. Los microcréditos verdes ofrecen financiación accesible a las pequeñas y medianas empresas turísticas que aplican medidas respetuosas con el medio ambiente. En conjunto, estas fuentes de financiación permiten a las empresas invertir en sostenibilidad y reducir al mismo tiempo las barreras financieras a la transformación.

EJERCICIOS DE NETWORKING (1 HORA)

Casos prácticos

Hasta 3 casos prácticos de turismo medioambiental basados en la experiencia de las personas participantes.

Caso práctico 1: Ecoturismo comunitario en un espacio natural protegido
Las personas participantes realizan rutas guiadas por miembros de la comunidad local que comparten sus conocimientos sobre los ecosistemas y el uso tradicional del territorio. Las personas visitantes describen una fuerte sensación de conexión con la naturaleza debido al tamaño reducido de los grupos y a la mínima perturbación del medio ambiente. Las actividades educativas, como la observación de la fauna y las charlas sobre conservación, aumentan la concienciación sobre la protección de la biodiversidad. Valorán que sus pagos apoyen directamente la conservación y los medios de vida locales. En general, la experiencia se describe como auténtica, educativa y socialmente responsable.

Caso práctico 2: Estancia en un albergue ecológico centrado en la vida sostenible

Los huéspedes que se alojan en un albergue ecológico disfrutan del uso de energías renovables, sistemas de ahorro de agua y alimentos de proximidad. Muchas personas participantes destacan que las prácticas sostenibles se explican claramente y son visibles durante toda su estancia. Las actividades en la naturaleza, como la observación de aves y las excursiones guiadas por el bosque, mejoran el aprendizaje medioambiental. Suelen afirmar que, al regresar a casa, tienen más motivación para adoptar hábitos sostenibles. La experiencia del albergue ecológico combina el confort con la responsabilidad medioambiental.

Caso práctico 3: Experiencia de turismo de voluntariado de conservación
Las personas participantes se unen a proyectos de conservación a corto plazo, como la restauración de hábitats o el seguimiento de fauna. La implicación práctica crea un fuerte sentimiento de contribución personal a la protección del medio ambiente. Valorán trabajar junto a personas expertas y adquirir habilidades prácticas de conservación. La colaboración en grupo y los objetivos compartidos fomentan un sentido de comunidad entre las personas participantes. La experiencia se describe con frecuencia como significativa, impactante y emocionalmente gratificante.

Creación de nuevos modelos de negocio Ecoturismo y sostenibilidad medioambiental

- Metodología CANVAS

El Business Model Canvas (BMC) es una herramienta estratégica que se utiliza para diseñar, analizar e innovar modelos de negocio de forma clara y visual. Consta de nueve bloques que describen cómo una empresa crea, ofrece y captura valor. En el turismo sostenible, la metodología CANVAS ayuda a integrar el valor medioambiental y social junto con el rendimiento económico. Facilita la innovación al hacer que los objetivos de sostenibilidad sean visibles y medibles dentro del modelo de negocio.

	<ul style="list-style-type: none"> • Plantilla de modelo de negocio Una plantilla de modelo de negocio proporciona un marco estructurado para desarrollar y documentar las operaciones y la estrategia de una empresa. Por lo general, incluye elementos clave como la propuesta de valor, los segmentos de clientela, las fuentes de ingresos y las alianzas estratégicas. En el turismo sostenible, las plantillas se adaptan para incluir indicadores de sostenibilidad como la eficiencia en el uso de los recursos, el impacto en la comunidad y la huella de carbono. Esto ayuda a las empresas a alinear la rentabilidad con la responsabilidad medioambiental y social a largo plazo. • Ejemplos de modelos de negocio más sostenibles • Los modelos de negocio de turismo sostenible suelen centrarse en operaciones de bajo impacto, aprovisionamiento local y propiedad comunitaria. Algunos ejemplos son los alojamientos ecológicos que utilizan energías renovables, los operadores turísticos que ofrecen viajes neutros en carbono y los hoteles que aplican principios de economía circular. Estos modelos hacen hincapié en la creación de valor a largo plazo en lugar de en los beneficios a corto plazo. Al reducir el impacto medioambiental y apoyar a las comunidades locales, contribuyen a un sector turístico más resiliente. • Elaboración de un ejemplo de propuesta de nuevo modelo de negocio (trabajo en grupo).
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO (4 HORAS)	
Lecturas, vídeos, podcasts y otros recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Literatura científica y artículos académicos sobre el tema. - Vídeos y documentales sobre el tema. - Libros y otras lecturas. - Otros recursos.
Actividad	<p>En esta sección puedes diseñar una actividad para evaluar el módulo. Tienes libertad para elegir el formato: redactar un artículo, un ensayo u otro tipo de texto; preparar un vídeo breve sobre lo aprendido. ¡No dudes en proponer cualquier actividad!</p>

Plantilla de modelo de negocio

Elementos del modelo de negocio	Información clave
1 Segmentos de clientela (grupos objetivo clave) Descripción del grupo principal de clientela, su potencial de demanda y sus necesidades clave.	2 Valores aportados ¿Qué valores serán los pilares de la nueva oferta comercial para la clientela?
3 Fuentes de ingresos Descripción de los productos principales ¿Qué se venderá a la clientela? ¿Cómo pagará la clientela por los productos/servicios (pago único, por noche, suscripción, etc.)?	4 Estructura de costes ¿Cuáles son los principales costes del modelo previsto? ¿Cuál es el margen previsto? ¿Cuál es la estructura de los costes?
5 Canales de venta y distribución Descripción de los canales de venta y distribución	6 Relaciones con la clientela Cómo atraer y mantener a la clientela, qué herramientas y estrategias deben implementarse. Ideas, estrategias y herramientas de marketing.
7 Recursos clave Principales recursos disponibles para implementar el nuevo modelo de negocio. Recursos clave necesarios para la implementación del modelo.	8 Alianzas clave Alianzas clave en el modelo de negocio (proveedores, socios comerciales, etc.). Descripción de los principales grupos y relaciones con ellos.
9 Calendario de implementación (plan de acción) Descripción de las actividades/tareas clave necesarias para implementar el modelo en la práctica empresarial.	

Lecturas, vídeos, podcasts y otros recursos

Los mejores podcasts sobre ecoturismo y sostenibilidad medioambiental

The Tourism RESET (Rebecca Woolford)	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: reimagina cómo los viajes pueden estar al servicio de las personas, los lugares y la naturaleza, con una profunda inmersión en el ecoturismo, el carbono, el turismo comunitario y la conservación.● https://kiwanotourism.com/stories/the-tourism-reset/?utm_source=chatgpt.com
GOOD Awaits (Centre for GOOD Travel)	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: explora el turismo regenerativo: cómo el turismo no solo puede reducir el daño, sino también <i>mejorar</i> activamente las comunidades y el medio ambiente, con historias de Nueva Zelanda y otros lugares del mundo.● https://www.good-travel.org/storytelling/good-awaits-podcast?utm_source=chatgpt.com
Turismo curioso: podcast sobre viajes responsables	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: episodios breves y prácticos sobre cómo los viajeros pueden incorporar la sostenibilidad y minimizar los impactos negativos al planificar sus viajes.● https://podcast.feedspot.com/sustainable_tourism_podcasts/?utm_source=chatgpt.com

Artículos destacados sobre ecoturismo y sostenibilidad medioambiental

<i>Modelo PLS-PM para el desarrollo sostenible del ecoturismo: (Sciendo, caso práctico del Parque Natural de Ulytau, Kazajistán)</i>	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: una combinación de investigación cuantitativa y cualitativa que construye un modelo predictivo para el desarrollo sostenible del ecoturismo, basado en las percepciones de la comunidad y la planificación estratégica.● https://sciendo.com/article/10.2478/eoik-2025-0019?utm_source=chatgpt.com
<i>Hacia un turismo verde: el papel de las energías renovables para la sostenibilidad... (Fronteras en el turismo sostenible / región BIMSTEC)</i>	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: este artículo analiza cómo las energías renovables pueden mitigar el impacto medioambiental del turismo en el sur y el sudeste asiático, destacando la sinergia entre el turismo y la energía verde.● https://www.frontiersin.org/journals/sustainable-tourism/articles/10.3389/frsut.2025.1512922/full?utm_source=chatgpt.com

Los mejores vídeos sobre ecoturismo y sostenibilidad medioambiental (2025)

Ecoturismo 2025: una nueva forma de viajar y proteger el planeta	<ul style="list-style-type: none">● Enfoque: este artículo recorre destinos ecológicos, proyectos de turismo sostenible liderados por comunidades indígenas e innovaciones en viajes verdes, lo que lo convierte en una buena introducción a lo que
--	--



02



CLASE MAGISTRAL 2

Turismo cultural y sostenibilidad social

Clase magistral 2: Turismo cultural y sostenibilidad social

Título del módulo	Turismo cultural y sostenibilidad social
Grupo destinatario	<ul style="list-style-type: none">• Propietarios/as de negocios turísticos y hoteleros• Gerentes de empresas• Profesorado de FP
Introducción	Esta clase magistral explora la intersección entre el turismo cultural y la sostenibilidad social, examinando cómo las experiencias de viaje pueden fomentar el entendimiento cultural, preservar el patrimonio y contribuir al bienestar de la comunidad. Las personas participantes analizarán el papel del turismo en la promoción de la identidad cultural, la equidad y la inclusión, a la vez que abordarán retos como el exceso de turismo, la mercantilización de la cultura y el desplazamiento social. A través de casos prácticos y marcos metodológicos, la sesión ofrece estrategias para desarrollar modelos de turismo responsable que den prioridad a la participación local, las prácticas éticas y el impacto social a largo plazo.
Resultados de aprendizaje	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender la relación entre el turismo cultural y la sostenibilidad social en contextos globales y locales.2. Identificar los principales retos y oportunidades en el desarrollo de iniciativas de turismo cultural socialmente responsables.3. Analizar las implicaciones sociales, culturales y éticas del turismo en las comunidades locales y la conservación del patrimonio.4. Aplicar prácticas sostenibles a la planificación turística que promuevan la diversidad cultural, la inclusión y la equidad.5. Diseñar estrategias que fomenten el intercambio cultural auténtico y los beneficios a largo plazo para la comunidad.
Duración	7 horas
Preparación	La persona que facilita la sesión: <ul style="list-style-type: none">- Revisa la estructura, los objetivos y las actividades del módulo.- Se asegura de disponer de los materiales necesarios: un proyector, pósteres, rotafolios, folletos y acceso a vídeos.
PLAN DE LA LECCIÓN (2 HORAS)	
Vídeo breve	¿Cómo elegir un destino sostenible? En esta charla TEDxBarcelona, la ponente Khalisah Stevens guía al público a través de los principios y criterios para elegir destinos de viaje que se ajusten a los valores de la sostenibilidad. Analiza los factores

	<p>ambientales, sociales y culturales que las personas viajeras deben tener en cuenta para minimizar los impactos negativos y maximizar las contribuciones positivas a las comunidades de acogida. A través de ejemplos y consejos prácticos, la presentación ofrece un marco práctico para tomar decisiones de viaje más responsables.</p> <p>https://youtu.be/P4lpb5radew?si=5nhQxplAiORhF5AH</p>
Desarrollo del módulo	<p>A. Introducción al módulo (5 min)</p> <p>Breve presentación e introducción al módulo, objetivos, marco teórico, etc.</p> <p>B. Desarrollo del módulo (1 h 45 min)</p> <p>Paso 1. Bienvenida y actividad de presentación (5 minutos)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ronda rápida de presentaciones. ● Pregunta inicial: «¿Qué te viene a la mente cuando oyes "turismo sostenible"?» (Respuestas anotadas en la pizarra o rotafolio) <p>Paso 2. Actividad de lluvia de ideas: ¿Qué es el turismo sostenible? (20 minutos)</p> <p>Las personas participantes identificarán prácticas sostenibles ya presentes en su comunidad y reflexionarán sobre cómo un proveedor turístico local podría adoptar principios sostenibles, analizando el impacto potencial sobre la comunidad.</p> <p>De forma individual o por parejas, reflexionarán sobre los principios de sostenibilidad tratados en el módulo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Parte 1: Piensa en tu comunidad: identifica uno o dos ejemplos de buenas prácticas que promuevan la sostenibilidad (transporte ecológico, aprovisionamiento de alimentos locales, gestión de residuos, turismo liderado por la comunidad). Anota: ● La buena práctica ● ¿Por qué es sostenible? ● ¿Qué principios de sostenibilidad representa (gestión medioambiental, participación comunitaria, viabilidad económica)? <p>Parte 2: Ahora piensa en un proveedor turístico local (hotel, guía turístico, espacio cultural) que podría ser más sostenible.</p> <p>Responde a lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué cambios o acciones podría adoptar para ser más sostenible? ● ¿Qué principios de sostenibilidad apoyarían estos cambios? ● ¿Qué impacto tendrían estos cambios sobre la comunidad (creación de empleo, beneficios medioambientales, preservación cultural)? <p>Anima a utilizar ejemplos reales y a aportar ideas creativas, pero realistas (instalar energía solar, contratar guías locales, reducir el uso de plásticos). Pide voluntario/a o a cada grupo que compartan una idea de la parte 1 y otra de la parte 2.</p>

Anótalas en la pizarra para encontrar temas comunes o ideas especialmente innovadoras.

Preguntas para debatir:

- ¿A qué retos podrían enfrentarse los proveedores turísticos para ser más sostenibles?
- ¿Cómo pueden las comunidades apoyar estas transiciones?

Paso 3. Desarrollo del contenido: Turismo sostenible (60 minutos)

Contenido a tratar

1. Introducción al turismo cultural .
2. Impactos ambientales del turismo .
3. Nuevas formas de oferta más sostenible para el turismo de aventura.
4. Innovación y herramientas digitales.
 - Herramientas para la implementación.
5. Financiación del cambio de modelo de negocio.

Paso 4. Debate en grupo: aplicaciones locales

Tarea: En parejas o grupos (10 minutos)

- Identificar un problema u oportunidad turística local en la que se pueda mejorar la sostenibilidad.
- Compartir ejemplos de cómo la formación o la educación podrían contribuir a esa mejora.
- La persona facilitadora circula por los grupos y apoya la reflexión.

Paso 5. Cierre y evaluación (25 minutos)

- Breve resumen de las conclusiones principales.
- Espacio para compartir reflexiones finales.
- Debate sobre las preguntas incluidas en la sección de actividades.
- Presentación de los materiales para el aprendizaje autónomo (SDL) y explicación de la actividad posterior.

C. Conclusiones (10 min)

Al concluir este módulo sobre los principios del turismo sostenible, las personas participantes deberían tener una idea más clara de cómo el turismo puede convertirse en una fuerza positiva para la protección del medio ambiente, el bienestar social y la resiliencia económica. A través de actividades interactivas, la reflexión y la charla TEDx de Khalisah Stevens, hemos explorado cómo las decisiones individuales y las acciones a nivel comunitario configuran la sostenibilidad de un destino.

Las personas participantes han identificado prácticas de sostenibilidad dentro de sus propias comunidades, evaluado oportunidades de mejora en empresas turísticas locales y debatido formas prácticas en las que la educación y la formación pueden apoyar las transiciones sostenibles. Estas reflexiones ponen de relieve que el turismo sostenible no es un modelo fijo, sino un compromiso continuo que requiere concienciación, colaboración e innovación.

	<p>Al aplicar los principios revisados (gestión medioambiental, participación comunitaria y responsabilidad económica), las personas participantes están ahora mejor preparadas para tomar decisiones informadas como viajeras, educadoras o profesionales del turismo. El camino hacia la sostenibilidad es colectivo, y los pequeños pasos que se dan a nivel local pueden generar un cambio significativo a largo plazo. Este módulo invita a continuar reflexionando, a implicarse en la comunidad y a adoptar estrategias prácticas que contribuyan a un desarrollo turístico más responsable y resiliente.</p>
CONTENIDO DE LA LECCIÓN	
Introducción al turismo cultural	<p>El turismo cultural es aquel que se centra en descubrir y vivir la cultura, el patrimonio y las tradiciones de un lugar. Implica visitar museos, monumentos, festivales e interactuar con las comunidades locales para comprender su modo de vida.</p> <p>Sus principios fundamentales incluyen el respeto por la cultura local, la autenticidad, la participación de la comunidad y la sostenibilidad, garantizando que las expresiones culturales se preserven y que la población local se beneficie de las actividades turísticas.</p> <p>A diferencia del turismo de masas, que es a gran escala, estandarizado y orientado principalmente al ocio y al beneficio, el turismo cultural promueve experiencias más pequeñas y significativas centradas en el aprendizaje, el respeto y el intercambio. Su objetivo es generar impactos sociales y culturales positivos, apoyando al mismo tiempo el desarrollo de la comunidad.</p>
Impactos ambientales del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Principales presiones medioambientales (emisiones de gases de efecto invernadero, pérdida de biodiversidad, generación de residuos). • Comercialización excesiva de la cultura. • Desplazamiento y gentrificación. • Empleo estacional y precario.
Nuevas formas de oferta más sostenible para el turismo de aventura	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo cultural basado en la comunidad. • Turismo creativo. • Experiencias de patrimonio vivo. • Rutas y senderos culturales. • Patrimonio culinario y turismo gastronómico. • Programas de intercambio intercultural. • Turismo cultural inclusivo.
Innovación y herramientas digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Narrativa digital e interpretación del patrimonio mediante realidad virtual y realidad aumentada. • Cartografía cultural SIG. • Herramientas inteligentes de venta de entradas y gestión de afluencia. • Mercados culturales en línea. • Herramientas de traducción y accesibilidad basadas en IA.
Herramientas para la implementación	<ul style="list-style-type: none"> • Kit de herramientas de turismo sostenible de la UNESCO.

	<ul style="list-style-type: none"> • Capitales Europeas de la Cultura / Red de Ciudades Creativas. • Normas de turismo de comercio justo y carta ética. • Evaluaciones de impacto cultural (EIC). • Modelos de distribución de beneficios para la comunidad.
Financiación del cambio de modelos de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Estimación de los costes de transformación y las necesidades de inversión. • Fuentes de financiación: Programa LIFE de la UE, Horizonte Europa, microcréditos verdes.
EJERCICIOS DE NETWORKING (1 HORA)	
Casos prácticos	<p>Kioto, Japón: patrimonio y participación de la comunidad Kioto aprovecha sus templos, jardines y ceremonias tradicionales para promover el turismo cultural. La población local y las personas artesanas participan en talleres y actuaciones, lo que garantiza experiencias auténticas. El turismo genera importantes beneficios económicos, pero también plantea retos como la congestión y la presión sobre la vivienda y los servicios públicos.</p> <p>Cusco y Machu Picchu, Perú: turismo cultural basado en la comunidad Cusco combina el patrimonio inca y colonial y promueve un turismo que involucra a las comunidades locales. Las personas visitantes experimentan las tradiciones quechuas, la gastronomía local y la artesanía, lo que genera ingresos y refuerza la identidad cultural. La gestión sostenible protege los yacimientos arqueológicos y reduce la presión sobre el medio ambiente, aunque el turismo masivo sigue siendo un reto.</p> <p>Barcelona, España: turismo cultural y creativo urbano Barcelona integra el arte, la arquitectura y la gastronomía en el turismo urbano. Los distritos culturales y los eventos involucran tanto a la ciudadanía residente como al turismo, lo que mejora la inclusión social. El turismo contribuye de manera significativa a la economía, pero requiere una gestión cuidadosa de la infraestructura de la ciudad y los servicios públicos para mantener la sostenibilidad.</p>
Creación de nuevos modelos de negocio: sostenibilidad cultural y social	<p>Objetivo: Aprender a diseñar negocios turísticos cultural y socialmente sostenibles mediante herramientas prácticas.</p> <p>Contenido y actividad:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodología CANVAS: breve introducción al modelo de negocio CANVAS, una herramienta para mapear los elementos clave de un negocio (propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, fuentes de ingresos, actividades clave, recursos, alianzas y estructura de costes) con un enfoque en la sostenibilidad social. 2. Plantilla de modelo de negocio: breve plantilla que muestra cómo estructurar un negocio de turismo cultural que integre la participación de la comunidad, la preservación del patrimonio y la distribución equitativa de los beneficios. 3. Ejemplos: se pide a las personas participantes que proporcionen dos o tres ejemplos reales de empresas de turismo cultural que demuestren sostenibilidad social (por ejemplo, visitas guiadas al

patrimonio dirigidas por la comunidad, distritos culturales urbanos, talleres de artesanía).

4. **Ejercicio en grupo:** en pequeños grupos, utilizarán la metodología CANVAS y la plantilla para **crear un nuevo modelo de negocio de turismo cultural**. Cada grupo presenta brevemente su idea a la clase.

Resultado: comprenderán cómo aplicar CANVAS y una plantilla de modelo de negocio para diseñar negocios turísticos que sean socialmente responsables, culturalmente auténticos y centrados en la comunidad.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO (4 HORAS)

Lecturas, vídeos, podcasts y otros recursos

Vídeos y documentales sobre el tema

El turismo: un conector fundamental de las comunidades | Patrick Tuttle | TEDxMSSU (15 minutos)

En esta charla TEDx, Patrick Tuttle explora cómo el turismo actúa como un conector esencial entre comunidades, fomentando el intercambio cultural, la comprensión mutua y el crecimiento compartido. Hace hincapié en considerar el turismo no solo como una actividad económica, sino como una fuerza social que fortalece las conexiones humanas.

<https://youtu.be/AqQW-N5Y7b8?si=-jmHojPYYxmtLnPO>

Sobreturismo: cómo ser un turista responsable – Podcast The Global Story, BBC World Service (15 minutos)

Este episodio en formato de vídeo analiza los retos del sobreturismo y cómo la afluencia excesiva de visitantes puede suponer una carga para las comunidades locales, los recursos naturales y el patrimonio cultural. Los presentadores debaten posibles soluciones, como la dispersión de visitantes, las cuotas turísticas y la promoción de un comportamiento responsable por parte de los turistas para proteger los destinos y las comunidades.

<https://youtu.be/gfckTMN-5CI?si=JadgnLNf3x0NMD6h>

CAS Trips: Viajes estudiantiles para ciudadanos globales (5 minutos)

El vídeo sigue a grupos escolares de Lisboa que participan en experiencias auténticas y sostenibles con la población local, como aprender oficios artesanales de mujeres mayores, cocinar con chefs locales y crear azulejos tradicionales portugueses. CAS Trips hace hincapié en el impacto social, la concienciación sobre la economía circular y el fomento de la ciudadanía global a través de interacciones culturales inmersivas y prácticas.

<https://sustainabletravel.org/episode/cas-trips-student-travel-programs/>

El auge del turismo cultural | Todo lo que necesitas saber sobre el turismo cultural (15 minutos)

El turismo cultural está ganando popularidad en todo el mundo. Aunque casi cualquier viaje incluye algún tipo de turismo cultural, este será muy diferente en cada contexto. Este vídeo ofrece una visión completa sobre la industria del turismo cultural, con numerosos ejemplos y un análisis de sus ventajas y desventajas.

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=jMEQI6KNNWs</p> <p><u>Bibliografía científica/artículos científicos sobre el tema</u></p> <p>Medición y evaluación de la influencia de los indicadores de sostenibilidad cultural en el desarrollo del turismo cultural sostenible: desarrollo y validación de la escala (85 minutos)</p> <p>Este estudio desarrolla y valida una nueva escala de indicadores de sostenibilidad cultural (CSI) para evaluar su impacto en el desarrollo del turismo cultural sostenible (SCTD). Los resultados revelan que la mayoría de los CSI, como la autenticidad, la sensibilización y el empoderamiento, influyen positivamente en el SCTD, destacando la cultura como un factor clave para lograr un turismo sostenible.</p> <p>El lugar y el papel de las etiquetas medioambientales para los alojamientos turísticos: una caracterización basada en una encuesta para la Unión Europea (45 minutos)</p> <p>Este estudio destaca que, si bien las herramientas de la UE, como la ecoetiqueta europea, apoyan la transición ecológica y la contribución del turismo al Pacto Verde Europeo, se necesita una mayor armonización y transparencia para mejorar su eficacia.</p> <p>https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/22</p>
Actividad	<p>Artículo o entrada de blog (600-800 palabras)</p> <p>Elabora un artículo atractivo titulado: «¿Puede el turismo cultural construir una sociedad más sostenible?».</p> <p>El artículo debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Explicar la conexión entre cultura, turismo y sostenibilidad de una manera accesible. ● Incluir al menos un ejemplo concreto (ciudad, espacio patrimonial, iniciativa comunitaria). ● Utilizar elementos visuales o enlaces (si es digital) para que resulte atractivo para el público en general.

Plantilla de modelo de negocio

Elementos del modelo de negocio	Información clave
1 Segmentos de clientela (grupos objetivo clave) Descripción del grupo principal de clientela, su potencial de demanda y sus necesidades clave.	2 Valores aportados ¿Qué valores serán los pilares de la nueva oferta comercial para la clientela?
3 Fuentes de ingresos Descripción de los productos principales ¿Qué se venderá a la clientela? ¿Cómo pagará la clientela por los productos/servicios (pago único, por noche, suscripción, etc.)?	4 Estructura de costes ¿Cuáles son los principales costes del modelo previsto? ¿Cuál es el margen previsto? ¿Cuál es la estructura de los costes?
5 Canales de venta y distribución Descripción de los canales de venta y distribución	6 Relaciones con la clientela Cómo atraer y mantener a la clientela, qué herramientas y estrategias deben implementarse. Ideas, estrategias y herramientas de marketing.
7 Recursos clave Principales recursos disponibles para implementar el nuevo modelo de negocio. Recursos clave necesarios para la implementación del modelo.	8 Alianzas clave Alianzas clave en el modelo de negocio (proveedores, socios comerciales, etc.). Descripción de los principales grupos y relaciones con ellos.
9 Calendario de implementación (plan de acción) Descripción de las actividades/tareas clave necesarias para implementar el modelo en la práctica empresarial.	



03



CLASE MAGISTRAL 3

Turismo de aventura y sostenibilidad económica

Clase magistral 3: Turismo de aventura y sostenibilidad económica

Título del módulo	Turismo de aventura y sostenibilidad económica
Grupo destinatario	<ul style="list-style-type: none">• Propietarios/as de empresas turísticas y hoteleras• Gerentes de empresas• Profesorado de FP
Introducción	<p>El turismo de aventura desempeña un papel cada vez más relevante en las economías turísticas contemporáneas, especialmente en los destinos rurales y naturales. A través de actividades que dependen de servicios de guía, equipamiento, alojamiento y cadenas de suministro locales, tiene el potencial de generar ingresos, empleo y oportunidades empresariales. Al mismo tiempo, las empresas de turismo de aventura operan en contextos marcados por la estacionalidad, la dependencia del medio ambiente, el riesgo financiero y las crisis externas. Por lo tanto, la sostenibilidad económica se convierte en una preocupación central tanto para las empresas individuales como para los destinos. Este módulo explora cómo las empresas de turismo de aventura pueden reforzar su viabilidad económica mediante modelos de negocio sostenibles, herramientas prácticas y decisiones de inversión fundamentadas, sin dejar de estar integradas en su contexto local.</p>
Resultados de aprendizaje	<p>Al finalizar este módulo, las personas participantes serán capaces de:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Explicar el papel del turismo de aventura en el apoyo a la sostenibilidad económica local y regional.2. Identificar herramientas prácticas para implementar modelos de negocio sostenibles en empresas de turismo de aventura.3. Evaluar opciones de financiación que apoyan la transición hacia modelos de turismo de aventura más sostenibles y resilientes.4. Aplicar indicadores básicos para monitorizar la sostenibilidad económica de las empresas de turismo de aventura.
Duración	7 horas
Preparación	<p>La persona que facilita la sesión:</p> <ul style="list-style-type: none">- Revisa la estructura, los objetivos y las actividades del módulo.- Se asegura de disponer de los materiales necesarios: un proyector, pósteres, rotafolios, folletos y acceso a vídeos.

PLAN DE LA LECCIÓN (2 HORAS)

Vídeo breve

Resumen: este vídeo trata sobre el turismo sostenible y los viajes de aventura. Explica cómo las personas viajeras pueden explorar el mundo de una manera que respete el medio ambiente y las culturas locales, combinando emocionantes experiencias al aire libre con prácticas responsables que minimizan el impacto ecológico.
<https://www.youtube.com/watch?v=4gPsDQCbjy0>

Desarrollo del módulo

● Introducción al módulo (5 min)

El turismo de aventura desempeña un papel cada vez más importante en las economías locales y regionales, especialmente en los destinos rurales y naturales, donde las pequeñas empresas y los servicios de guía están íntimamente ligados a los recursos y las comunidades locales. Si bien el sector puede generar ingresos, empleo y oportunidades empresariales, también opera en contextos marcados por la estacionalidad, los recursos limitados, la incertidumbre financiera y la dependencia de los entornos naturales y sociales. Por lo tanto, garantizar la viabilidad económica a largo plazo requiere algo más que la rentabilidad a corto plazo: exige modelos de negocio que utilicen los recursos de forma responsable, apoyen medios de vida estables y sean compatibles con las condiciones ambientales y sociales locales.

Este módulo presenta el turismo de aventura desde una perspectiva de sostenibilidad económica, centrándose en cómo las empresas pueden construir resiliencia y rentabilidad a largo plazo, al tiempo que contribuyen positivamente a su destino. Las personas participantes explorarán conceptos clave, herramientas prácticas y enfoques de financiación que ayudan a alinear el rendimiento económico con el uso responsable de los recursos y la creación de valor local, apoyando la prosperidad tanto de las generaciones presentes como de las futuras.

● Desarrollo del módulo (1 h 45 min)

Paso 1. Bienvenida y actividad de presentación (5 minutos)

- Ronda rápida de presentaciones.
- Pregunta: «¿Qué te viene a la mente cuando oyes "turismo de aventura"?» (Respuestas anotadas en Mentimeter u otra plataforma en línea).

Paso 2. Actividad de lluvia de ideas: ¿Qué es el turismo sostenible? (15 minutos)

Pregunta para el debate en grupo:

- «¿Qué beneficios económicos aporta el turismo de aventura a su zona?».
- «¿Qué riesgos económicos has observado?».

Paso 3. Desarrollo de contenidos: Turismo sostenible (50 minutos)

Contenido a tratar:

1. Introducción al turismo de aventura .
2. Impactos sociales, medioambientales y económicos del turismo de aventura.

3. Nuevas formas de oferta más sostenible para el turismo de aventura.
4. Innovación y herramientas digitales para la sostenibilidad económica.
5. Herramientas para la implementación.
6. Financiación del cambio de modelos de negocio.

Paso 4. Actividad: Innovación y herramientas digitales para la sostenibilidad económica

Tarea: Grupos pequeños (3-5 participantes) (25 minutos)

- Divide en pequeños grupos y asigna (o deja que elijan) un escenario de turismo de aventura, por ejemplo (3 minutos): una empresa local de senderismo o trekking, un operador de rafting o kayak, un destino de ciclismo de montaña o escalada, una iniciativa de turismo de aventura basada en la comunidad, un operador turístico basado en la naturaleza en un ecosistema frágil.
- Cada grupo responde: «¿Cuáles son los principales retos de sostenibilidad económica a los que se enfrenta este negocio?» (6 minutos). Anímales a pensar en: estacionalidad, bajos márgenes, dependencia excesiva de intermediarios, operaciones ineficientes, acceso limitado a los mercados, falta de datos para la toma de decisiones. Deben identificar 2-3 retos clave.
- Los grupos proponen soluciones digitales o innovadoras que podrían abordar esos retos (8 minutos): «¿Qué herramientas digitales podrían ayudar a este negocio a ganar más sin aumentar los impactos negativos?». Los grupos seleccionan 1-2 herramientas y explican: cómo mejora la sostenibilidad económica; por qué se adapta específicamente al turismo de aventura.
- Puesta en común (8 minutos): cada grupo comparte: el reto elegido, una herramienta digital/innovación, un beneficio claro (por ejemplo, mayores márgenes, mejor gestión de visitantes, ingresos diversificados).

Paso 5. Cierre y evaluación (10 minutos)

- Recapitulación de los aprendizajes clave.
- Espacio para compartir reflexiones finales.
- Debate sobre las preguntas incluidas en la sección de actividades.
- Presentación de los materiales para el aprendizaje autónomo y explicación de la actividad posterior.
- **Conclusiones (10 min)**

La sostenibilidad económica es esencial para la viabilidad a largo plazo de las empresas de turismo de aventura y la resiliencia de los destinos en los que operan. A lo largo de este módulo, las personas participantes han explorado cómo el turismo de aventura puede generar un valor económico estable sin dejar de ser compatible con las condiciones ambientales y sociales locales. Al centrarse en la planificación a largo plazo, el uso eficiente de los recursos y los fuertes vínculos locales, las empresas de turismo de aventura pueden reforzar su rentabilidad y

reducir al mismo tiempo su vulnerabilidad económica.

La combinación de teoría y práctica en este módulo les ha permitido comprender la sostenibilidad económica como un pilar fundamental del turismo sostenible, reconocer el potencial del turismo de aventura para apoyar economías locales resilientes, identificar la importancia de la innovación, las alianzas y la diversificación para reducir el riesgo financiero, y aplicar una visión a largo plazo para equilibrar la rentabilidad con la estabilidad y la creación de valor local.

Para la propiedad de empresas, el mensaje clave es que el rendimiento económico sostenible depende de la resiliencia y no de las ganancias a corto plazo. Para el profesorado de FP, el enfoque se centra en traducir estos principios en herramientas prácticas y actividades de aprendizaje que reflejen contextos empresariales del mundo real.

La sostenibilidad económica en el turismo de aventura se logra mediante la mejora continua. Incluso pequeñas acciones concretas, como ajustar la oferta de actividades, reforzar una alianza o mejorar las prácticas de planificación, pueden contribuir a que las empresas sean más resilientes y los destinos más sostenibles.

CONTENIDO DE LA LECCIÓN

1. Introducción al turismo de aventura

Definición y principios

El turismo de aventura se define habitualmente como «una forma de viajar que combina actividad física, la interacción con el entorno natural y, a menudo, cierto grado de inmersión cultural. Por lo general, implica cierto nivel de riesgo o incertidumbre percibidos y puede abarcar desde actividades suaves y de bajo riesgo hasta expediciones exigentes y de alto riesgo» (Huddart y Stott, 2019). Las revisiones recientes definen el turismo de aventura en torno a tres elementos interrelacionados:

- Riesgo y peligro (real o percibido);
- Actividad física y desafío;
- Entornos naturales (a menudo remotos) y/o profunda inmersión cultural.

Tipo de aventura	Características típicas	Ejemplos
Aventura suave	Riesgo bajo-moderado, accesible para la mayoría de las personas, guiada, de corta duración (Janowski et al., 2021; Mykletun, 2018; Huddart y Stott, 2019; Petroman et al., 2018)	Excursiones guiadas, equitación, buceo, esquí en nieve, esquí acuático, rafting fácil, ciclismo, caminatas por glaciares en rutas preparadas, acampadas.
Aventura extrema	Mayor habilidad, esfuerzo y riesgo; se solapa con los deportes extremos (Janowski et al., 2021; Mykletun, 2018; Swarbrooke et al., 2003; Buckley, 2012)	Escalada en roca/hielo, senderismo por zonas salvajes, espeleología, kayak en aguas bravas, paracaidismo, ciclismo de montaña

Las principales tendencias mundiales en el turismo de aventura son:

- **Rápido crecimiento y popularización:** el turismo de aventura ha

pasado de ser una actividad minoritaria de nicho a convertirse en un segmento turístico global de masas, mostrando un fuerte crecimiento antes de la COVID y una expansión sostenida tras la pandemia.

- **Predominio de las actividades de aventura suaves:** dominan ahora el mercado, superando a las formas de aventura extremas y de alto riesgo.
- **Nuevos segmentos de consumo:** la participación se está ampliando a adultos mayores y familias, mientras que las generaciones más jóvenes prefieren cada vez más las «microaventuras» cortas y de proximidad.
- **Impulsores post pandemia:** la salud, el bienestar, la reducción del estrés, el desarrollo personal y la conexión social se han convertido en motores clave, posicionando el turismo de aventura como una herramienta para la recuperación psicológica.
- **Globalización y nuevos destinos:** regiones nuevas y no tradicionales, especialmente en países en desarrollo, están emergiendo como destinos de turismo de aventura debido a una mejor accesibilidad y distribución digital.
- **Influencia de los medios digitales y las redes sociales:** las redes sociales influyen fuertemente en la elección del destino y en los patrones de participación, destacando nuevas actividades.

Las principales tendencias europeas y regionales son:

- **Demanda impulsada por jóvenes y millennials:** los millennials representan una gran parte de los viajes al extranjero e influyen mucho en la demanda de experiencias de aventura activas, basadas en la naturaleza y mediadas digitalmente.
- **Crecimiento de las aventuras en la naturaleza y acuáticas:** este crecimiento se intensificó durante y después de la COVID-19 debido al aumento de la demanda de actividades recreativas en la naturaleza y de baja densidad.
- **La aventura como algo «cotidiano» y accesible:** el turismo de aventura se enmarca cada vez más como algo accesible y no exclusivamente extremo.
- **Microaventuras y naturaleza de proximidad:** se prefieren cada vez más las experiencias de aventura cortas y cercanas a los viajes de larga distancia.
- **Implicaciones en las políticas y los productos:** el turismo de aventura y activo se prioriza como nicho de crecimiento en las políticas turísticas. Se aprovecha para la diversificación de destinos, el desarrollo rural y los objetivos de sostenibilidad.

Principales patrones de demanda y motivaciones

La demanda de turismo de aventura es amplia y está segmentada por edad, cultura, motivaciones y preferencias de actividades «duras frente a blandas». Las investigaciones identifican varios mercados objetivo distintos con diferentes expectativas y patrones de gasto.

Grupos de motivación principales en la demanda de aventura:

- Relajación y evasión en la naturaleza (mercado amplio, incluyendo familias y personas mayores);
- Emoción, miedo, desafío, autodescubrimiento (jóvenes, aventura extrema);
- Aprendizaje y competencia, inmersión cultural (jóvenes, viajeros con formación);
- Seguridad, bioseguridad, sostenibilidad (posterior a la COVID, todas las edades).

Patrones sociodemográficos y culturales:

- **Género y edad:** el turismo de aventura muestra patrones claros relacionados con la edad y el género: los hombres y la juventud se involucran más en actividades de aventura extremas y de alto riesgo, mientras que las mujeres y las personas mayores prefieren experiencias más suaves y guiadas. Las generaciones más jóvenes, especialmente la generación Y y la generación Z, buscan novedad, construcción de identidad y experiencias «transformadoras» que puedan compartir en las redes sociales, mientras que la generación del baby boom y las personas mayores se decantan cada vez más por aventuras moderadas y bien gestionadas que se centran en el disfrute, la autenticidad y la interacción social, en lugar del riesgo (Gross et al., 2023; Pomfret y Bramwell, 2016); (Schlegelmilch y Ollenburg, 2013; Reynolds y Hritz, 2012; Gardiner et al., 2023); (Chandel, 2022; Patterson, 2018; Alén et al., 2017).
- **Personalidad:** la extroversión y el deseo de «conocerse mejor a uno mismo» predicen la elección de aventuras extremas (Gross et al., 2023).
- **Cultura:** la juventud comparte identidades sociales y de búsqueda de novedades, lo que sugiere un mercado global de aventura juvenil homogéneo, pero con matices culturales en la percepción del riesgo y la naturaleza (Janowski et al., 2025; Gardiner et al., 2023).

El papel de las pymes y las microempresas en los ecosistemas del turismo de aventura

Las pymes y las microempresas constituyen la columna vertebral de los ecosistemas del turismo de aventura. Son los principales proveedores de servicios relacionados con la aventura, motores clave de la creación de valor local y la innovación, y contribuyen de manera esencial a la sostenibilidad y el desarrollo de la comunidad, al tiempo que se enfrentan a vulnerabilidades estructurales debido a la limitación de sus recursos.

Funciones clave dentro de los ecosistemas del turismo de aventura:

- **Proveedoras dominantes de servicios locales** (guías, alojamiento, transporte, equipamiento, alimentación), especialmente en destinos rurales y naturales, que influyen en gran medida en las experiencias del turista y en la competitividad de los destinos.

2. Impactos sociales, ambientales y económicos del turismo de aventura

- **Pilares de las cadenas de valor locales y los ecosistemas de innovación**, que conectan el turismo con los productores locales, las empresas comunitarias, las administraciones públicas y los actores educativos.
- **Custodias del capital cultural y local**, que utilizan de forma creativa los paisajes, el patrimonio y el conocimiento local para desarrollar ofertas de aventura distintivas y de bajo impacto.
- **Impulsores de la sostenibilidad sociocultural** a través del aprovisionamiento local, la inclusión, la educación y la colaboración con la comunidad.

Limitaciones e implicaciones políticas:

- Las pymes se enfrentan a **vulnerabilidades** persistentes relacionadas con la financiación, las competencias, la capacidad de gobernanza, la estacionalidad y la exposición a las crisis, así como a barreras para la digitalización y la adopción de la economía circular.
- Los ecosistemas eficaces de turismo de aventura **requieren** formación específica, el fomento del liderazgo, el apoyo tecnológico, plataformas de networking y marcos políticos favorables que permitan a las pymes ofrecer un turismo de aventura sostenible y de alta calidad.

Impactos sociales y medioambientales: el turismo de aventura genera beneficios económicos, pero concentra a visitantes y actividades en entornos sensibles, lo que crea importantes presiones medioambientales y sociales.

Presiones medioambientales:

- El transporte (uso del automóvil y viajes en avión) es la principal fuente de emisiones en el turismo de aventura europeo.
- Las expediciones de alta montaña organizadas desde Europa externalizan las emisiones de carbono hacia regiones lejanas.
- El turismo basado en la naturaleza daña la vegetación y la fauna en zonas protegidas y rurales, lo que requiere una regulación más estricta.
- La población residente percibe tanto los beneficios económicos como la degradación medioambiental asociada al crecimiento del turismo.

Sobreturismo y gentrificación:

- Los destinos de aventura se enfrentan a la masificación, la comercialización y el encarecimiento de la vivienda, de forma similar al sobreturismo urbano.
- Los alquileres de corta duración y los negocios orientados al turismo desplazan las funciones residenciales.
- Las localidades dedicadas al surf, el esquí y la escalada corren el

riesgo de seguir la trayectoria de gentrificación observada en las principales ciudades europeas.

Empleo precario:

- El turismo de aventura depende en gran medida de la mano de obra estacional, mal remunerada e insegura.
- El empleo en el sector turístico a menudo refuerza las desigualdades sociales y económicas.
- Existe una clara brecha socioeconómica entre los turistas de aventura y quienes trabajan en el sector.

Potencial para la gestión responsable:

- Las actividades de aventura pueden fomentar el bienestar y las actitudes favorables al medio ambiente.
- Una interpretación sólida, la educación ambiental y el liderazgo comunitario pueden contribuir a transformar los impactos hacia la gestión responsable.

Impactos económicos: el turismo de aventura puede generar importantes beneficios económicos locales, especialmente en las regiones rurales y periféricas, pero estas ganancias conllevan riesgos significativos relacionados con la volatilidad, la desigualdad y la sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, la planificación estratégica es esencial para convertir el crecimiento a corto plazo en valor económico duradero.

Impactos económicos positivos:

- Genera un elevado gasto local en guías, equipamiento, alojamiento, alimentación y transporte, lo que beneficia enormemente a las pequeñas economías regionales.
- Crea más puestos de trabajo local por euro gastado que el turismo de masas e integra a más empresas locales en las cadenas de suministro.
- Produce importantes efectos multiplicadores a través de ingresos indirectos e inducidos, inversión en infraestructura y formación de centros regionales.
- Apoya la diversificación económica al añadir actividades basadas en servicios y experiencias a economías agrícolas o basadas en los recursos naturales.
- Los modelos de turismo de aventura y ecoturismo basados en la comunidad mejoran la propiedad local, la estabilidad de los ingresos y el desarrollo rural a largo plazo.

Riesgos y retos económicos:

- La fuerte estacionalidad y la dependencia del turismo crean inestabilidad de ingresos, capacidad ociosa y un crecimiento empresarial débil.
- La alta vulnerabilidad a las crisis externas (pandemias,

geopolítica, crisis económicas) puede desencadenar ciclos de subida y caída.

- La ambigüedad normativa aumenta la incertidumbre, los costes de cumplimiento y desincentiva la inversión.
- Las carencias en las infraestructuras, los riesgos para la seguridad y los peligros medioambientales limitan el crecimiento en muchas regiones dedicadas al turismo de aventura.
- La distribución desigual de los beneficios, las fugas económicas y la escasa capacidad local pueden desplazar el valor hacia operadoras externas.

La importancia de la planificación económica a largo plazo para las empresas de turismo de aventura:

- La planificación financiera y de gestión de crisis a largo plazo mejora la resiliencia, la estabilidad del flujo de caja y la capacidad de recuperación durante las crisis.
- La planificación estratégica ayuda a equilibrar los ingresos a corto plazo con la sostenibilidad medioambiental, social y económica a largo plazo.
- La planificación integrada que vincula infraestructuras, la gestión de riesgos, la participación de la comunidad y la protección del medio ambiente fortalece la demanda durante todo el año y la resiliencia del destino.

Prioridades estratégicas clave para las empresas de turismo de aventura:

- Gestión medioambiental y certificación para proteger los activos naturales, reducir costes y reforzar el posicionamiento en el mercado.
- Estrategias financieras sostenibles para mejorar el acceso al capital, gestionar el riesgo y permitir la innovación verde.
- Alianzas comunitarias para garantizar el apoyo local, la prosperidad compartida y la estabilidad del destino.
- Competitividad e innovación en el mercado mediante la inversión en seguridad, desarrollo de producto y prácticas de economía circular.

3: Nuevas formas de oferta más sostenible para el turismo de aventura

El turismo de aventura está evolucionando desde un crecimiento basado en el volumen a modelos basados en el valor que dan prioridad a la regeneración de los ecosistemas y las comunidades, las experiencias de alta calidad y el uso circular de los recursos. En lugar de limitarse a minimizar los daños, las nuevas ofertas de aventura contribuyen activamente a la restauración del medio ambiente, la creación de valor social y la resiliencia a largo plazo de los destinos.

Transición del turismo de aventura basado en el volumen al basado en el valor:

- El turismo de aventura regenerativo integra la conservación, la

restauración de hábitats y las iniciativas sociales directamente en las experiencias de viaje.

- Los modelos basados en el valor limitan el número de visitantes, dan prioridad a las pymes locales y se dirigen a segmentos de mayor rendimiento para reducir la presión sobre los recursos y aumentar los beneficios económicos locales.

Innovación en productos de aventura sostenibles:

- Entre los formatos emergentes se incluyen el senderismo y el ciclismo regenerativos, las rutas de ecoaventura basadas en la comunidad, los retiros de aventura, bienestar y ecoturismo (AWE), el todoterreno controlado y las actividades de aventura suave planificadas espacialmente.
- Las experiencias en grupos pequeños y de larga estancia reducen la presión ecológica al tiempo que aumentan la autenticidad, el aprendizaje y los ingresos locales.
- Las guías locales, los alojamientos en casas particulares y la narración cultural refuerzan la experiencia de los visitantes, la preservación cultural y el empoderamiento de la comunidad.
- La combinación de aventura con experiencias culturales, agroturísticas y basadas en la naturaleza diversifica los ingresos y apoya el desarrollo alineado con los ODS.

Principios de la economía circular en el turismo de aventura:

- Los enfoques de economía circular sustituyen los modelos turísticos lineales por sistemas de eficiencia en el uso de los recursos, reducción de residuos y los sistemas regenerativos.
- Los programas de reutilización, reparación, alquiler y uso compartido de equipos reducen el impacto material y atraen a las personas viajeras concienciadas con el medio ambiente.
- El aprovisionamiento local y las alianzas con agricultores, proveedores de energía y servicios de residuos acortan las cadenas de suministro y fortalecen las cadenas de valor locales.
- Las plataformas digitales permiten ecosistemas turísticos circulares al conectar a proveedores certificados con mercados conscientes.

Evidencias de casos de turismo de aventura sostenible:

- Los modelos de senderismo y ecoaventura basados en la comunidad en Nepal, Sikkim y Ladakh demuestran que la propiedad local, el reparto de beneficios y la gestión de visitantes pueden apoyar simultáneamente los medios de vida y la conservación.
- Las aplicaciones de la economía circular en alojamientos europeos y chinos demuestran cómo los sistemas de circuito cerrado reducen los costes y el impacto medioambiental, al tiempo que refuerzan el posicionamiento en el mercado.

4. Innovación y herramientas digitales para la sostenibilidad económica

La sostenibilidad económica en el turismo de aventura se ve cada vez más favorecida por la innovación digital, que favorece la eficiencia, la estabilidad de los ingresos, la resiliencia y la reducción de los costes medioambientales y sociales.

- **Eficiencia operativa y reducción de costes:** herramientas como el GPS, las aplicaciones móviles, los dispositivos wearables, las plataformas inteligentes y los sistemas de reserva basados en datos mejoran la seguridad, la planificación de rutas, la gestión de la capacidad y la fijación de precios, lo que reduce los costes operativos e ineficiencias.
- **Acceso al mercado y estimulación de la demanda:** el marketing digital, las redes sociales, las previsualizaciones de RA/RV y la distribución a través de plataformas amplían el alcance del mercado, reducen el riesgo percibido y crean nuevas fuentes de ingresos, especialmente para los pequeños operadores de turismo de aventura y los que operan en zonas rurales.
- **Apoyo a la sostenibilidad y la circularidad:** la monitorización digital, el seguimiento mediante códigos QR y los sistemas basados en la nube permiten la eficiencia de los recursos, la reutilización de los equipos y los modelos de negocio circulares que reducen costes y atraen a visitantes concienciados con el medio ambiente.
- **Gestión de riesgos y resiliencia:** los datos en tiempo real, los dispositivos wearables y el análisis predictivo mejoran la seguridad, la respuesta ante crisis y la gestión de destinos, protegiendo el valor de la marca y los ingresos a largo plazo.
- **Ventaja competitiva a largo plazo:** las empresas que combinan el liderazgo digital con la innovación sostenible y el intercambio de conocimientos refuerzan la capacidad de absorción verde y logran una competitividad más duradera e impulsada por la sostenibilidad.

La digitalización no es solo una mejora tecnológica, sino una palanca estratégica que mejora la eficiencia, la seguridad, la sostenibilidad y la rentabilidad, incluso para las pequeñas empresas de turismo de aventura.

Área de innovación / herramienta	Cómo contribuye la sostenibilidad económica en el turismo de aventura
GPS, aplicaciones móviles, dispositivos wearables	Mejoran la seguridad, la planificación de rutas y las experiencias autoguiadas, lo que reduce los costes de guía/operativos y amplía los mercados.
Experiencias de RA/RV	Las previsualizaciones previas al viaje y las visitas virtuales reducen la percepción de riesgo, aumentan las reservas y permiten nuevas fuentes de ingresos (excursiones virtuales, ventas fuera de temporada).
Marketing digital y redes sociales	Las campañas específicas y el contenido generado por usuarios y usuarias aumentan la demanda a bajo coste, lo que resulta crucial para las pequeñas empresas de aventura y los operadores comunitarios.

	Plataformas inteligentes y big data	Las plataformas que utilizan IA, big data, IoT y sistemas de reserva optimizan los precios, la capacidad y los flujos de visitantes, lo que mejora la rentabilidad y reduce el riesgo de sobreexplotación turística.
	Soluciones digitales de economía circular	El seguimiento digital de los recursos, los residuos y la energía ayuda a las pymes dedicadas al turismo de aventura a adoptar modelos circulares, lo que reduce los costes de los recursos y resulta atractivo para los visitantes con conciencia ecológica. Herramientas como el etiquetado QR y las herramientas basadas en la nube permiten realizar un seguimiento del equipamiento, el transporte y los alquileres. Reduce las pérdidas y maximiza la vida útil de los activos.
	Blockchain y tecnología financiera	Las transacciones más eficientes y transparentes y los contratos inteligentes para reservas y seguros reducen las comisiones de intermediarios y fomentan la confianza en los pequeños proveedores de actividades de aventura.
	Gestión del conocimiento y liderazgo digital	El liderazgo digital y las herramientas de intercambio de conocimientos refuerzan la ecoinnovación y la «capacidad de absorción verde», lo que genera una ventaja competitiva duradera.
5. Herramientas para la implementación <p>Las empresas de turismo de aventura suelen ser pequeñas, estar vinculadas a un territorio concreto y estar íntimamente relacionadas con las comunidades y los ecosistemas locales. Por este motivo, es esencial contar con herramientas prácticas y transparentes que respalden la toma de decisiones sostenibles desde el punto de vista económico y social. Existen varios marcos establecidos que apoyan el diseño y la gestión de empresas de turismo de aventura sostenibles:</p> <p>Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC): los criterios del GSTC son el marco de sostenibilidad más ampliamente reconocido para el turismo. Para los operadores de turismo de aventura (por ejemplo, senderismo, rafting, escalada, turismo de fauna), los criterios proporcionan una norma de referencia para operaciones responsables, orientación para el diseño de modelos de negocio, apoyo para definir indicadores clave de rendimiento (KPI) de sostenibilidad y preparación para los procesos de certificación.</p> <p>Indicadores de turismo sostenible de la OMT: estos indicadores ofrecen herramientas cuantificables para supervisar el rendimiento en materia de sostenibilidad, incluyendo la presión sobre los ecosistemas, el impacto de los visitantes en los senderos, la fauna y los recursos hídricos, la generación de empleo y la creación de ingresos locales.</p> <p>Las principales herramientas de gestión medioambiental y de riesgos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Evaluación del impacto ambiental (EIA): las EIA son especialmente relevantes a la hora de planificar nuevas actividades de aventura o infraestructuras (por ejemplo, senderos, alojamientos, campamentos, vías de acceso). Permiten a los operadores evaluar los impactos relacionados con la erosión, la gestión de residuos, el ruido y los efectos de las emisiones en los ríos, la fauna y los ecosistemas. 		

- **Gestión de riesgos de aventura (ARM) e ISO 21101: la norma ISO 21101 (Turismo de aventura: sistemas de gestión de la seguridad)** define los requisitos mínimos para los sistemas de gestión de la seguridad de los proveedores de turismo de aventura. Sus objetivos incluyen mejorar el desempeño en materia de seguridad, garantizar la seguridad de las personas participantes y del personal, demostrar prácticas seguras y apoyar el cumplimiento de la legislación. Los marcos de ARM integran la planificación de la seguridad, los límites medioambientales y la gestión de los riesgos operativos.

Algunas prácticas empresariales éticas y responsables son:

- **Estándares de turismo de comercio justo:** apoyan las cadenas de suministro éticas, las condiciones de trabajo justas y refuerzan la credibilidad de las afirmaciones de sostenibilidad en el marketing.
- **La Asociación de Turismo de Aventura (ATTA)** es una red global de partes interesadas en el turismo de aventura (guías, operadores, alojamientos, organizaciones de destino). A través de sus estándares, directrices y redes profesionales, la ATTA promueve prácticas empresariales responsables, la gestión medioambiental y enfoques turísticos basados en la comunidad.
- **Herramientas de participación comunitaria y de distribución de beneficios.**

El turismo de aventura sostenible depende en gran medida de unas relaciones locales sólidas. Entre las herramientas prácticas se incluyen **modelos de negocio comunitarios** (acuerdos de reparto de ingresos, alojamientos de propiedad comunitaria, cooperativas de guías) y el abastecimiento local (alimentos, transporte, artesanía), así como **talleres de planificación participativa**. Estos apoyan la participación de la comunidad en el diseño de rutas, los límites de capacidad de visitantes, los protocolos culturales y la cocreación de experiencias y la prevención de conflictos.

Un proceso estructurado de identificación de las partes interesadas refuerza el desarrollo empresarial sostenible, comenzando por: identificar a los actores clave (asociaciones comunitarias, gestores de territorio, pymes locales, proveedores de transporte, artesanos/as, centros de formación); mapear las funciones y los beneficios (puestos de trabajo, contratos de suministro, acuerdos de conservación, acuerdos de cogobernanza); y vincular a los socios con los indicadores de sostenibilidad.

6. Financiar el cambio de modelos de negocio

La transición hacia formas más sostenibles de turismo de aventura suele requerir una importante inversión inicial. Estas inversiones pueden aumentar la presión financiera a corto plazo, por lo que el acceso a mecanismos de financiación adecuados es esencial para permitir la transición hacia la sostenibilidad, en particular para las pequeñas y medianas empresas y los operadores comunitarios.

La financiación de la transición hacia un turismo de aventura sostenible puede apoyarse mediante una combinación de mecanismos de financiación públicos, privados y de base

comunitaria.

La financiación pública y las subvenciones desempeñan un papel especialmente importante en el apoyo a las transiciones verdes, la innovación y el desarrollo rural en el turismo, ya que a menudo están diseñadas para reducir el riesgo financiero asociado a las inversiones en sostenibilidad. A nivel europeo y nacional, programas como **los fondos estructurales, los fondos de desarrollo rural y los planes de innovación turística** se dirigen a las pequeñas y medianas empresas y a las iniciativas de acción climática. **Las organizaciones de gestión de destinos y los gobiernos locales** también pueden ofrecer incentivos o cofinanciación.

La financiación pública e institucional a nivel europeo apoya aún más la transición hacia un turismo de aventura sostenible. **El programa LIFE de la UE** se centra en la protección del medio ambiente, la conservación de la biodiversidad y la acción por el clima, y apoya iniciativas como la restauración de hábitats vinculadas a actividades turísticas y la adaptación al clima en destinos basados en la naturaleza. Este programa es especialmente adecuado para proyectos piloto e iniciativas a nivel de destino que tienen por objeto poner a prueba y ampliar las prácticas de turismo sostenible. **Horizonte Europa** también es muy relevante, ya que apoya la innovación en modelos de turismo sostenible, el desarrollo de herramientas digitales para la supervisión del impacto y los sistemas de turismo de aventura resistentes al clima.

Además de la financiación pública, **las finanzas verdes y la banca ética** desempeñan un papel cada vez más importante a la hora de facilitar la transición hacia la sostenibilidad a nivel empresarial. Las finanzas verdes se refieren a productos financieros que integran explícitamente criterios medioambientales y sociales en las decisiones de concesión de préstamos e inversión. Entre los instrumentos pertinentes para el turismo de aventura se incluyen **los préstamos verdes para inversiones** en edificios energéticamente eficientes, sistemas de energía renovable, vehículos de bajas emisiones y equipos certificados. **Los bancos éticos y cooperativos** aplican criterios de selección medioambientales y sociales y pueden ofrecer condiciones más favorables para los proyectos turísticos orientados a la sostenibilidad. Las investigaciones demuestran que los instrumentos de financiación verde, como los bonos verdes, los préstamos verdes en condiciones favorables y los créditos vinculados a la sostenibilidad, pueden tener fuertes repercusiones positivas a largo plazo en el desarrollo del turismo sostenible y el crecimiento sostenible. El acceso a estos instrumentos financieros requiere planes de sostenibilidad documentados, medidas de gestión de riesgos e indicadores de impacto, lo que puede reforzar los modelos de negocio en general y mejorar la credibilidad financiera a largo plazo.

Para los operadores turísticos de aventura a pequeña escala y comunitarios, los mecanismos de financiación alternativos, como **los modelos de microfinanciación y cooperativas**, son especialmente importantes. En muchos destinos, las pequeñas empresas turísticas dependen de **instituciones de microfinanciación informales y grupos de ahorro**, ya que los bancos convencionales consideran el turismo un sector de alto riesgo. Los modelos de reparto de ingresos y propiedad cooperativa permiten a las guías, las comunidades locales y los pequeños proveedores ser copropietarios de activos o compartir beneficios, lo que aumenta la retención local de los beneficios económicos y reduce el riesgo

financiero individual. Las investigaciones sugieren que estos modelos contribuyen a una distribución más equitativa de los beneficios económicos, al tiempo que apoyan el compromiso local a largo plazo con el desarrollo del turismo sostenible.

Por último, **los enfoques de financiación híbrida** refuerzan aún más la sostenibilidad financiera de las iniciativas de turismo de aventura. **Las asociaciones público-privadas** permiten la inversión compartida entre las autoridades locales, las empresas turísticas y las organizaciones de conservación, y son especialmente útiles para financiar infraestructuras, sistemas de senderos y el acceso a áreas protegidas. Los modelos de reinversión de ingresos, en los que una parte de los ingresos del turismo se reinvierte en actividades de conservación, proyectos de desarrollo comunitario y sistemas de formación y supervisión, representan otro enfoque eficaz. **Al vincular directamente los resultados financieros con los resultados ambientales y sociales, estos modelos mejoran la sostenibilidad a largo plazo, al tiempo que refuerzan el apoyo local y la colaboración de las partes interesadas.**

EJERCICIOS DE NETWORKING (1 HORA)

Casos prácticos

Hasta 3 casos prácticos de turismo de aventura basados en la experiencia de las personas participantes.

Creación de nuevos modelos de negocio Turismo de aventura y sostenibilidad económica

- Metodología CANVAS
- Plantilla de modelo de negocio
- Ejemplos de modelos de negocio más sostenibles
- Elaboración de una propuesta de nuevo modelo de negocio (trabajo en grupo)

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO (4 HORAS)

Lecturas, vídeos, podcasts y otros recursos

Literatura científica y artículos académicos sobre el tema

Organización Mundial del Turismo y Asociación de Turismo de Aventura. (2014). *AM Reports, volumen 9: Informe mundial sobre el turismo de aventura*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.untourism.int/archive/middle-east/publication/global-report-adventure-tourism>

Asociación de Turismo de Aventura y Turismo de Suiza. (2021). *Momentos álgidos, bajo impacto: replanteamiento de los esfuerzos de sostenibilidad del turismo de aventura*. Asociación de Turismo de Aventura. https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/10/Knowledge-Report_No.1.pdf

Asociación de Turismo de Aventura. (2024). *Instantánea de la industria del turismo de aventura en 2024* (informe de investigación anual). Asociación de Turismo de Aventura. <https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot/>

Asociación de Turismo de Aventura y Turismo de Suiza. (2023). *Creación de experiencias sostenibles en el turismo de aventura* (informe de investigación). Asociación de Turismo de Aventura. <https://learn.adventuretravel.biz/research/creating-sustainable->

[experiences-in-adventure-travel](#)

Vídeos y documentales sobre el tema:

¿Qué es el turismo de aventura? https://www.youtube.com/watch?v=_VK6dJAfbM8

Viajes de aventura: sostenibilidad por defecto, Gergana Nikolova - Conferencia Green Destinations 2022 (<https://www.youtube.com/watch?v=GMYLC74HO9c>).

Turismo de aventura en Hokkaido: un viaje sostenible (<https://www.youtube.com/watch?v=fegeSTUIUAK>).

¿Turismo sostenible frente a turismo regenerativo? - Resort 2 Travel (<https://www.youtube.com/watch?v=3XMx9zV8ey4>).

¿Cómo se disparó el turismo de aventura tras la pandemia? (<https://www.youtube.com/watch?v=IDSJ9gNqTqE>)

¿Qué es el turismo de aventura y por qué deberíamos ser «turistas de aventura»? (<https://www.youtube.com/watch?v=Lh2xcai9ofM>).

Libros y otras lecturas

Buckley, Ralf. (2010). Gestión del turismo de aventura. 10.4324/9781856178358. Disponible en: (PDF) [Gestión del turismo de aventura](#)

Szromek, A. R. (Ed.). (2021). *Modelos de negocio sostenibles en el turismo*. MDPI Books. Disponible en: <https://www.mdpi.com/books/reprint/3937-sustainable-business-models-in-tourism>

Actividad

Resumen reflexivo sobre políticas y estrategias *Fortaleciendo la sostenibilidad económica en el turismo de aventura: un informe estratégico.*

Elaboración de un **informe de política o estrategia** de entre 1000 y 1500 palabras dirigido a uno de los siguientes destinatarios: una organización de gestión de destinos, una autoridad turística regional, una red de pymes de aventura o una entidad de formación (en el contexto de la FP).

El informe debe:

1. Explicar la importancia económica del turismo de aventura en las economías rurales/regionales.
2. Identificar tres riesgos económicos clave (por ejemplo, estacionalidad, perturbaciones externas, ambigüedad normativa, precariedad laboral).
3. Proponer cinco acciones estratégicas a nivel de destino (por ejemplo, incentivos a la diversificación, formación en capacidades digitales, acceso a financiación verde, apoyo a la certificación, modelos cooperativos).
4. Incluir indicadores medibles para supervisar la sostenibilidad económica.

Las personas participantes deben hacer referencia a los conocimientos adquiridos en los materiales de aprendizaje autónomo.

Formato alternativo opcional: presentación grabada en vídeo de 6 a 8 minutos que simule una presentación profesional de asesoramiento.

Criterios de evaluación: claridad estratégica, relevancia para las políticas, razonamiento basado en pruebas, recomendaciones prácticas y cuantificables. **Objetivo:** evaluar la síntesis de alto nivel, el pensamiento sistémico y la capacidad de operar a escala de destino o de gobernanza.

Plantilla de modelo de negocio

Elementos del modelo de negocio	Información clave
1 Segmentos de clientela (grupos objetivo clave) Descripción del grupo principal de clientela, su potencial de demanda y sus necesidades clave.	2 Valores aportados ¿Qué valores serán los pilares de la nueva oferta comercial para la clientela?
3 Fuentes de ingresos Descripción de los productos principales ¿Qué se venderá a la clientela? ¿Cómo pagará la clientela por los productos/servicios (pago único, por noche, suscripción, etc.)?	4 Estructura de costes ¿Cuáles son los principales costes del modelo previsto? ¿Cuál es el margen previsto? ¿Cuál es la estructura de los costes?
5 Canales de venta y distribución Descripción de los canales de venta y distribución	6 Relaciones con la clientela Cómo atraer y mantener a la clientela, qué herramientas y estrategias deben implementarse. Ideas, estrategias y herramientas de marketing.
7 Recursos clave Principales recursos disponibles para implementar el nuevo modelo de negocio. Recursos clave necesarios para la implementación del modelo.	8 Alianzas clave Alianzas clave en el modelo de negocio (proveedores, socios comerciales, etc.). Descripción de los principales grupos y relaciones con ellos.
9 Calendario de implementación (plan de acción) Descripción de las actividades/tareas clave necesarias para implementar el modelo en la práctica empresarial.	

Conclusión

El ecoturismo y la sostenibilidad medioambiental no son conceptos de nicho reservados a espacios protegidos u operadores especializados. Representan una vía estratégica para las empresas turísticas que buscan resiliencia, relevancia y competitividad a largo plazo en un entorno operativo en rápida transformación.

A lo largo de estas clases magistrales, las personas participantes han examinado los impactos ambientales inherentes a las cadenas de valor del turismo y han explorado estrategias prácticas para reducir el uso de recursos, reforzar la protección de la biodiversidad y mejorar la gestión ambiental local. Y lo que es más importante, han traducido estos conocimientos en decisiones operativas y ajustes en los modelos de negocio. En este contexto, la sostenibilidad no se limita a mejoras aisladas, como la clasificación de residuos o la mejora de la eficiencia energética. Requiere una integración estructural en:

- Propuestas de valor fundamentales.
- El diseño de servicios.
- Planificación de infraestructuras.
- Gestión de la cadena de suministro.
- La comunicación con las personas visitantes.
- Medición del desempeño.

Mediante el desarrollo de un Plan de Acción Sostenible y la identificación de indicadores medibles, han pasado de la concienciación a la implementación estructurada. Este cambio de la intención al progreso medible es fundamental para la credibilidad, la preparación regulatoria y el posicionamiento en el mercado.

El ecoturismo demuestra que la responsabilidad medioambiental y el rendimiento empresarial no son objetivos opuestos. Cuando se integra estratégicamente, la sostenibilidad medioambiental puede:

- Reducir los costes operativos.
- Fortalecer las relaciones con los destinos.
- Mejorar la confianza en la marca.
- Mejorar la gestión de riesgos.
- Atraer segmentos de mercado orientados a la sostenibilidad.

Por lo tanto, las clases magistrales concluyen con un mensaje claro: la sostenibilidad medioambiental no es una limitación para el crecimiento del turismo. Es una condición para la competitividad sostenible. Las herramientas presentadas aquí proporcionan un marco para la mejora continua. El siguiente paso es su aplicación, seguimiento y ajuste progresivo. Al hacerlo,

las empresas turísticas contribuyen no solo a la protección del medio ambiente, sino también a la resiliencia a largo plazo de sus propios modelos de negocio y de los destinos de los que dependen.

Referencias

Achmad, F., Prambudia, Y. y Rumanti, A. (2023). Desarrollo sostenible de la industria turística: un modelo colaborativo de innovación abierta, partes interesadas e instalaciones de sistemas de apoyo. IEEE Access, 11, 83343-83363. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3301574>

Advertiser.ie. (1 de julio de 2024). Una empresa con sede en Galway, entre las primeras de Irlanda en recibir la prestigiosa certificación mundial de responsabilidad medioambiental y social. Advertiser.ie. Obtenido de <https://www.advertiser.ie/galway/article/142093/galway-based-company-among-first-in-ireland-to-receive-prestigious-global-environment-and-social-responsibility-certification>

Agarwal, P. y Sharma, S. (2025). El turismo de aventura y la era digital: cómo la tecnología está cambiando nuestra forma de explorar. International Journal of Advances in Engineering and Management, 7, 909-921. https://www.researchgate.net/publication/389661929_Adventure_Tourism_and_the_Digital_Age_how_Technology_is_changing_the_way_we_explore

Agyeiwaah, E., McKercher, B. y Suntikul, W. (2017). Identificación de los indicadores básicos del turismo sostenible: ¿un camino a seguir? Perspectivas de gestión turística, 24, 26-33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005>

Alén, E., Losada, N. y De Carlos, P. (2017). Perfil de los segmentos de turistas mayores según su motivación y características de viaje. Current Issues in Tourism, 20, 1454-1469. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1007927>

Allkins, M., Chauke, T. y Sifolo, P. (2025). Ofrecer experiencias de aventura extraordinarias durante el «Chthuluceno»: retos de la economía circular y soluciones digitales para el visitante consciente del medio ambiente. Sostenibilidad. <https://doi.org/10.3390/su17020627>

Amin, A. y Budilestari, W. (2025). Triple impacto del turismo: crecimiento económico, dinámica cultural y cambio medioambiental. Revista Magister Ilmu Ekonomi Universitas Palangka Raya: Crecimiento. <https://doi.org/10.52300/grow.v11i1.21778>

Anangonó, R., Simaluisa, F. y Romero, F. (2023). Perfil de la demanda de turismo de aventura en Ecuador con enfoque hacia la sostenibilidad. Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística. <https://doi.org/10.51260/rigistur.v3i2.423>

Armendáriz, B. y Morduch, J. (2010). La economía de las microfinanzas. MIT Press.

Arrábida Life. (s. f.). Arrábida Life – Experiências ao ar livre e passeios de barco em Parque Natural da Arrábida. Recuperado de <https://www.arrabidalife.com/>

Parque Marino de Arrábida. (s. f.). Información útil. <https://arrabidaparquemarinho.ualg.pt/en/useful-information>

ATTA – Asociación de Turismo de Aventura. (2021). Panorama de la industria del turismo de aventura.

Ayuntamiento de Onís. (s. f.). Plan de Ecoturismo en Picos de Europa: Destino Onís. Recuperado de <https://www.onisecoturismo.es/>

Baloch, Q. B., Shah, S. A. R., Iqbal, N., Sheeraz, M., AsadUllah, M., Mahar, S. W. y Khan, A. (2022). Impacto del desarrollo turístico en la sostenibilidad medioambiental: un marco sugerido para el ecoturismo sostenible. *Environmental Science and Pollution Research*. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>

Baral, R. y Rijal, D. (2022). Impacto de los visitantes en destinos remotos: evaluación de un pueblo montañoso nepalí con intensa actividad turística. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10395>

Barbhuiya, A. (2025). Perspectivas del turismo de aventura en determinadas regiones de Assam de forma sostenible y ecológica. *Revista Internacional de Innovaciones y Tecnología en la Investigación Global*. <https://doi.org/10.62823/ijgrit/03.02.7392>

Beames, S., Houge Mackenzie, S. y Raymond, E. (2022). ¿Cómo podemos practicar la aventura de forma sostenible? Una revisión sistematizada de las directrices de sostenibilidad para los operadores de turismo de aventura. *Revista de Gestión Hotelera y Turística*, 50, 223-231. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.002>

Beckman, E., Morse, S. y Smith, E. (2023). El impacto económico del turismo de aventura en una comunidad rural. *Análisis del turismo*. <https://doi.org/10.3727/108354224X17194304972608>

Bentley, L. (2024). Beneficios psicológicos del turismo de aventura. *Revista integrada para la investigación en artes y humanidades*. <https://doi.org/10.55544/ijrah.4.2.16>

Bondarenko, S., Kalaman, O. y Danilova, O. (2025). Transformación digital del negocio turístico en una economía abierta. *Desarrollo social: cuestiones económicas y jurídicas*. <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.17>

Booking.com. (2023). Informe sobre viajes sostenibles 2023. Booking.com. <https://www.booking.com/sustainable-travel>

Bramwell, B. y Lane, B. (2011). Investigación crítica sobre la gobernanza del turismo y la sostenibilidad. *Revista de Turismo Sostenible*, 19(4-5), 411-421.

Brar, A. (2025). ¿En qué medida las regulaciones y normas ambiguas impiden los beneficios económicos derivados de las actividades deportivas de aventura en las pequeñas economías regionales? *Revista Internacional de Investigación Multidisciplinar*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.55773>

Buckley, R. (2000). Tendencias NEAT: cuestiones actuales en el turismo de naturaleza, ecológico y de aventura. *Revista Internacional de Investigación Turística*, 2(6), 437-444. https://www.academia.edu/7083427/Neat_trends_current_issues_in_nature_eco_and_adventure_tourism

Buckley, R. (2012). La adrenalina como motivación clave en el turismo de aventura especializado. *Gestión Turística*, 33, 961-970. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002>

Buckley, R. (2012). Turismo sostenible: investigación y realidad. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528- 546

Parque Geológico Mundial de la UNESCO Burren y Acantilados de Moher. (s. f.). Código de prácticas para el turismo sostenible. Obtenido de <https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/>

Red de Ecoturismo del Burren. (s. f.). Acerca de la red. Obtenido de <https://www.burren.ie/about-us/>

Canh, N. P. y Thanh, S. D. (2020). Gasto en turismo nacional y vulnerabilidad económica. *Annals of Tourism Research*, 85, 103063. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103063>

Cater, C. (2006). ¿Jugando con el riesgo? Percepciones de los participantes sobre el riesgo y las implicaciones de gestión en el turismo de aventura. *Gestión Turística*, 27, 317-325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.005>

Cater, C. (2007). Turismo de aventura: ¿voluntad de poder? En J. Higham (Ed.), *Cuestiones críticas en el ecoturismo* (pp. 63-82). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203392096-12>

Cater, C. (2018). Editorial. *Annals of Leisure Research*, 21, 531-532. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1488341>

Chamboko-Mpotaringa, M. y Tichaawa, T. M. (2023). Efecto moderador de la edad en la adopción de herramientas y plataformas de marketing digital en los viajes de ocio nacionales. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 51(4 suplemento), 1636-1644. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/376963044_MODERATING_EFFECT_OF_AGE_ON_THE_ADOPTION_OF_DIGITAL_MARKETING_TOOLS_AND_PLATFORMS_IN_DOMESTIC_LEISURE_TRAVEL

Chandel, J. (2022). Comprender el perfil de los turistas de aventura: un estudio de caso de Himachal Pradesh. *Turizam*. <https://doi.org/10.5937/turizam26-27644>

Ciudad de Copenhague. (2024). Viaja en transporte público y consigue billetes gratis con la nueva iniciativa ecológica de Copenhague para turistas. <https://www.euronews.com/green/2024/07/18/travel-by-public-transport-and-get-free-tickets-with-copenhagens-new-green-initiative-for->

Club de Ecoturismo en España. (s. f.). Soy Ecoturista – Picos de Europa. Recuperado de <https://soyecoturista.com/es/ecoturismo-picos-de-europa>

Comin, L. C., Aguiar, C., Sehnem, S., Yuszli, M., Cazella, C. y Julkovski, D. J. (2019). Modelos de negocio sostenibles: una revisión bibliográfica. *Benchmarking: An International Journal*, 26(7), 2143-2163. <https://doi.org/10.1108/BIJ-12-2018-0384>

David Suzuki y Amanda McConnell. (1997). *El equilibrio sagrado*. Greystone Books.

Deb, S., Nafi, S. y Valeri, M. (2022). Promoción del negocio turístico a través del marketing digital en la nueva normalidad. *European Journal of Innovation Management*.
<https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0218>

Demková, M., Sharma, S., Mishra, P. K., Dahal, D. R., Pachura, A., Herman, G. V., Kostilníková, K., Kolesárová, J. y Matlovičová, K. (2022). Potencial para el desarrollo sostenible de las comunidades rurales mediante el ecoturismo comunitario: un estudio de caso de la aldea rural de Pastanga, Sikkim Himalaya, India. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 964-975. Obtenido de <https://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-3-2022/GTG-3-2022.pdf>

Dias, Á., Silva, G., Patuleia, M. y González-Rodríguez, M. (2020). Desarrollo de modelos de negocio sostenibles. *Journal of Sustainable Tourism*, 31, 931-950.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931>

Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca. (7 de noviembre de 2023). Ficha informativa sobre el CLLD: Llevar el turismo de naturaleza y aventura a la costa. Comisión Europea.
https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/system/files/2023-11/CLLD_GP_factsheet_nature-tourism_EN.pdf

El Fielato. (17 de noviembre de 2024). Onís cierra tres años del Plan de Ecoturismo en Picos de Europa con un balance positivo. Obtenido de <https://www.elfielato.es/articulo/turismo/onis-anos-plan-ecoturismo-picos-europa/20241117201056072555.html>

Comisión Europea. (2019). El Pacto Verde Europeo. COM (2019) 640 final. Bruselas: Comisión Europea. Obtenido de https://ec.europa.eu/info/publications/communication-european-green-deal_en

Comisión Europea. (2019). El Pacto Verde Europeo. Comisión Europea.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>

Comisión Europea. (2021). Escenarios para la cocreación de una vía de transición para el turismo (SWD/2021/164). Comisión Europea.

Comisión Europea. (2021). Vía de transición para el turismo: hacia un ecosistema turístico más resiliente, innovador y sostenible. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Comisión Europea. (2022). Vía de transición para el turismo (SWD/2022). Comisión Europea.

Comisión Europea. (2022). Vía de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Obtenido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/678c08ab-bc06-11ee-b164-01aa75ed71a1/language-en>

Comisión Europea. (2022). Vía de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

Comisión Europea. (2022). Vía de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

Comisión Europea. (2022).

Vía de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

Comisión Europea. (2022).

Vía de transición para el turismo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

Comisión Europea. (2023). Etiqueta ecológica de la UE para alojamientos turísticos._

<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

Comisión Europea. (2023). Panel de control del turismo de la UE y visión general del ecosistema.

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism_en

Comisión Europea. (2023). Flash Eurobarómetro 499: Actitudes de los europeos hacia el turismo.

Comisión Europea.

<https://europa.eu/eurobarometer>

Comisión Europea. (2024-2025). Informes de sostenibilidad corporativa (CSRD): visión general, preguntas frecuentes y actos delegados. Dirección General de Estabilidad Financiera, Servicios Financieros y Unión de Mercados de Capitales.

Comisión Europea. (s. f.). Un Pacto Verde Europeo. Unión Europea. (Página de resumen, actualizada periódicamente).

Comisión Europea. (s. f.). Etiqueta ecológica de la UE: alojamiento turístico; grupos de productos y criterios; empresas. Dirección General de Medio Ambiente.

Comisión Europea. (s. f.). Taxonomía de la UE para actividades sostenibles: descripción general y guía del usuario. Comisión Europea.

Comisión Europea. (s. f.). Contratación pública ecológica (GPP) y etiqueta ecológica de la UE: orientación práctica. Dirección General de Medio Ambiente.

Eurostat. (2024). Industrias turísticas: análisis económico (Statistics Explained). Eurostat.

Gardiner, S., Janowski, I. y Kwek, A. (2023). Identidad propia y turismo de aventura. Perspectivas de gestión turística. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101061>

Eurostat. (2024). Industrias turísticas: análisis económico. Comisión Europea.

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis

Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC). (2022). Criterios del GSTC para la industria hotelera (con indicadores de rendimiento). GSTC.

Consejo Global de Turismo Sostenible. (2023). Normas reconocidas por el GSTC para hoteles. <https://www.gstc.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards-for-hotels/>

Vulnerabilidad del turismo mundial al cambio climático. *Annals of Tourism Research*, 77, 49-61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>

Go2Warsaw. (s. f.). Atracciones de Mazovia: Museo de la Aldea de Mazovia en Sierpc. Recuperado de <https://go2warsaw.pl/en/mazovian-attractions>

Goddard, J. (2009). La economía de las microfinanzas, por B. Armendáriz y J. Morduch. *Journal of Asia-Pacific Business*, 10(1), 97-106. <https://doi.org/10.1080/10599230802711597>

Goni, F. A., Gholamzadeh Chofreh, A., Estaki Orakani, Z., Klemeš, J. J., Davoudi, M. y Mardani, A. (2021). Modelo de negocio sostenible: revisión y desarrollo de un marco. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 23(3), 889-897. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342871572_Sustainable_business_model_A_review_and_framework_development

Goodwin, H. (2017).

El reto del exceso de turismo. Asociación para el Turismo Responsable. <https://haroldgoodwin.info>

Gössling, S., Scott, D. y Hall, C. M. (2015). Turismo y sostenibilidad: principios para la práctica. Routledge.

Gössling, S., Scott, D. y Hall, C. M. (2021). Turismo y agua: interacciones, impactos y retos.

Gross, S. y Sand, M. (2019). Turismo de aventura: un documento de perspectiva. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211>

Guo, Z. y Li, Y. (2024). Análisis de los factores decisivos del gobierno para atraer turistas en la gestión pública desde la perspectiva de la protección del medio ambiente. *Problemy Ekorozwoju – Problemas del desarrollo sostenible*, 19(1), 285-295. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/377246913_Analysis_of_the_Decisive_Factors_of_Government_Attracting_Tourists_in_Public_Management_from_the_Perspective_of_Environmental_Protection

Hall, C. M. (2019).

Construyendo el desarrollo del turismo sostenible: la agenda 2030 y la ecología gerencial del turismo sostenible. *Revista de Turismo Sostenible*, 27(7), 1044-1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>

Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M. y Kimbu, A. (2019). Compromiso activo con la naturaleza. *Revista de Turismo Sostenible*, 27, 1355-1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883>

Hardy, A., Beeton, R. J. S. y Pearson, L. (2017). Turismo sostenible: una visión general del concepto y su posición en relación con las conceptualizaciones del turismo. *Revista de Turismo Sostenible*, 10(6), 475-496. <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>

Hellmeister, A. y Richins, H. (2019). De verde a dorado. *Sostenibilidad*.
<https://doi.org/10.3390/su11030709>

Hotelandrestauranttimes.ie. (25 de noviembre de 2024). Killary Adventure Company creará hasta 20 nuevos puestos de trabajo en turismo sostenible. *Hotel and Restaurant Times*. Recuperado de <https://www.hotelandrestauranttimes.ie/2024/11/25/killary-adventure-company-to-create-up-to-20-new-sustainable-jobs>

OIT. (2020).

COVID-19 y el empleo en el sector turístico: impacto y respuesta. Organización Internacional del Trabajo.
<https://www.ilo.org>

IPCC. (2022). Cambio climático 2022: Impactos, adaptación y vulnerabilidad. WGII AR6 — Capítulo 13: Europa. Cambridge University Press.

ISO. (2018). ISO 21401: Turismo y servicios relacionados — Sistema de gestión de la sostenibilidad para establecimientos de alojamiento. Organización Internacional de Normalización.

IPCC. (2022).

Cambio climático 2022: Impactos, adaptación y vulnerabilidad. Contribución del Grupo de Trabajo II al Sexto Informe de Evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/9781009325844>

IPCC. (2023). Cambio climático 2023: Informe de síntesis. Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

<https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/>

Janowski, I., Gardiner, S. y Kwek, A. (2021). Dimensiones del turismo de aventura. *Perspectivas de gestión turística*, 37, 100776. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>

Ministerio de Medio Ambiente de Jordania. (2021). Plan de Acción Nacional de Crecimiento Verde 2021-2025: Sector turístico. <https://www.sustainability.gov/pdfs/ggi-jordan-tourism.pdf>

Killary Adventure Company. (s. f.). Medio ambiente y sostenibilidad. Recuperado de <https://killaryadventure.com/en/environment>

Killary Adventure Company. (s. f.). Abiertos a la aventura desde 1981. Recuperado de <https://killaryadventure.com/en/killary-story>

Knowles, N. (2019). Objetivo de resultados sostenibles con el turismo de aventura: un enfoque de ecología política. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102809>

Koens, K., Postma, A. y Papp, B. (2018). ¿Se abusa del término «sobreturismo»? Sostenibilidad, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>

L'Écho Touristique. (15 de mayo de 2020). Les Maisons du Voyage, nuevo operador turístico con la certificación ATR. L'Écho Touristique. <https://www.lechotouristique.com/article/les-maisons-du-voyage-nouveau-voyagiste-labellise-atr>

Laura J. Martin. (2022). Wild by Design: The Rise of Ecological Restoration. Harvard University Press.

Leave No Trace Ireland. (2022). No dejes rastro en el geoparque del Burren y los acantilados de Moher. Obtenido de <https://www.leavenotraceireland.org/>

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A. y Malik, A. (2018). La huella de carbono del turismo mundial. Nature Climate Change, 8(6), 522-528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A. y Malik, A. (2018). La huella de carbono del turismo mundial. Nature Climate Change, 8(6), 522-528.

Lewandowicz, E. y Bac-Bronowicz, J. (2021). Turismo al aire libre y kayak en Europa Central y Oriental. GeoJournal of Tourism and Geosites. <https://doi.org/10.30892/gtg.40128-824>

Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A. y Malik, A. (2018). La huella de carbono del turismo mundial. Nature Climate Change, 8(6), 522-528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

Mahato, S., Mishra, P. y Shukla, R. (2023). Digitalización y sostenibilidad en las pymes turísticas. Revista Internacional de Investigación Turística. <https://doi.org/10.1002/jtr.2589>

Marinello, S., Butturi, M. A., Gamberini, R. y Martini, U. (2023). Indicadores para destinos turísticos sostenibles: una revisión crítica. Revista de Planificación y Gestión Ambiental, 66(1), 1-30. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1978407>

Méndez-León, E., Reyes-Carrillo, T. y Díaz-Pichardo, R. (2022). Hacia un marco holístico para el análisis del valor sostenible en los modelos de negocio: una herramienta para el desarrollo sostenible. Estrategia empresarial o y medio ambiente, 31(1), 15-31. <https://doi.org/10.1002/bse.2871>

Milano, C., Cheer, J. M. y Novelli, M. (2019). Sobreturismo: un problema global en aumento. El manual Routledge sobre el sobreturismo. Routledge.

Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu. (s. f.). Skansen / El Museo Etnográfico. Recuperado de <https://mwmskansen.pl/nasze-objekty/skansen-2>

OCDE. (2020). Financiación de las pymes y los emprendedores 2020: un cuadro de mando de la OCDE. Publicaciones de la OCDE. <https://doi.org/10.1787/061fe03d-en>

OCDE. (2020).

Reconstruir el turismo para el futuro: respuestas políticas y recuperación ante la COVID-19.

Publicaciones de la OCDE.

<https://www.oecd.org>

One Planet/Turismo de las Naciones Unidas y socios. (2021-2025). Declaración de Glasgow sobre la acción climática en el turismo: texto y recursos para su aplicación. Portal de Acción Climática Global de la CMNUCC; Turismo de las Naciones Unidas. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2022). El cambio climático y las respuestas de las políticas turísticas. Publicaciones de la OCDE.

Ratna, S., Saide, S., Putri, A., Indrajit, R. y Muwardi, D. (2023). Transformación digital en la industria del turismo y la hostelería. EuroMed Journal of Business. <https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2023-0118>

Roberts, S. y Tribe, J. (2008). Indicadores de sostenibilidad para pequeñas empresas turísticas: una perspectiva exploratoria. Journal of Sustainable Tourism, 16(5), 575-594. <https://doi.org/10.1080/09669580802159644>

Robinson, R., Martins, A., Solnet, D. y Baum, T. (2019). Sostenibilidad de la precariedad: examen crítico del turismo y el empleo. Revista de Turismo Sostenible, 27(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1538230>

Rojas, N., Sand, M. y Gross, S. (2024). Turismo de aventura regenerativo. Tourism Review. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2023-0874>

Rojo Ramos, J., Vidal-Espinoza, R., Palacios-Cartagena, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F. y Gómez-Campos, R. (2021). Turismo de aventura en la población española: análisis sociodemográfico para mejorar la sostenibilidad. Sostenibilidad, 13(4), 1706. <https://doi.org/10.3390/su13041706>

Saarinen, J. (2006). Tradiciones de sostenibilidad en los estudios sobre turismo. Annals of Tourism Research, 33(4), 1121-1140.

Scheyvens, R. (2011). Turismo y pobreza. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203831595>

Scott, D., Gössling, S. y Hall, C. M. (2012).

Turismo internacional y cambio climático. Revisiones interdisciplinarias de Wiley: Cambio climático, 3(3), 213-232.

<https://doi.org/10.1002/wcc.165>

Senese, A., Ahmad, A., Maugeri, M. y Diolaiuti, G. A. (2025). Evaluación de la huella de carbono de la expedición italiana al K2 de 2024: un camino hacia el turismo sostenible a gran altitud. Sostenibilidad, 17(1), 344. <https://doi.org/10.3390/su17010344>

Sun, Y.-Y., Lenzen, M., Malik, A. y Geschke, A. (2024).

Factores que impulsan las emisiones de carbono del turismo mundial. Nature Communications. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7>

Swarbrooke, J. (1999). Gestión del turismo sostenible. CABI Publishing.

Szromek, A. R., Kruczek, Z. y Walas, B. (2019). La actitud de los residentes de destinos turísticos hacia los efectos del exceso de turismo: estudio de caso de Cracovia. *Sostenibilidad*, 12(1), 228. <https://doi.org/10.3390/su12010228>

Sociedad Internacional de Ecoturismo. (2015). ¿Qué es el ecoturismo? <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

TourMag. (21 de diciembre de 2017). Les Maisons du Voyage se alía con la Fundación GoodPlanet. TourMag. Obtenido de https://www.tourmag.com/Maisons-du-Voyage-s-allie-a-la-fondation-Good-Planet_a90756.html

TourMag. (14 de mayo de 2020). Les Maisons du Voyage obtienen le label ATR. TourMag. https://www.tourmag.com/Les-Maisons-du-Voyage-obtiennent-le-label-ATR_a103887.html

Tropter. (s. f.). Museo del Campo Mazoviano – Sierpc. Recuperado de <https://tropter.com/en/poland/sierpc/museum-of-the-mazovian-countryside>

Tshipala, N., Coetzee, W. y Potgieter, M. (2019). Indicadores sostenibles para destinos de turismo de aventura: el caso de Waterval Boven. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 11(1), 1-7. <https://doi.org/10.1080/20421338.2018.1552546>

Turismo de las Naciones Unidas (antes OMT). (s. f.). Desarrollo sostenible: definición de turismo sostenible; acción por el clima. Turismo de las Naciones Unidas.

Geoparques Mundiales de la UNESCO. (s. f.). Geoparque Mundial de la UNESCO Burren y Acantilados de Moher (Irlanda). Recuperado de <https://en.unesco.org/global-geoparks/burren-cliffs-of-moher>

Turismo de las Naciones Unidas. (2023).

El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible: el camino hacia 2030. Turismo de las Naciones Unidas. <https://www.unwto.org>

UNESCO. (2018).

Gestión del turismo en los sitios del Patrimonio Mundial: guía práctica. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO. <https://whc.unesco.org>

UNESCO. (s. f.). Reserva de la Biosfera de Picos de Europa. Obtenido de <https://en.unesco.org/biosphere/eu-na/picos-de-europa>

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Organización Mundial del Turismo. (2005). Hacia un turismo más sostenible: guía para responsables políticos. PNUMA y OMT.

Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT). (2013). Turismo sostenible para el desarrollo: guía. Publicaciones de la OMT.

Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas. (2024). Mejores pueblos turísticos según la Organización Mundial del Turismo (OMT) 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=6xQF3zEBVUw>

Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Naciones Unidas.

OMT – Organización Mundial del Turismo. (2019). Turismo para el desarrollo.

OMT (Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas). (2022). Medir la sostenibilidad del turismo: aprender de los proyectos piloto.

Vaz, R., de Carvalho, J. V., Teixeira, S. F., et al. (2025). El destino turístico inteligente avanza gracias a la investigación cualitativa y a nuevas vías de investigación: una revisión sistemática de la literatura. *Discover Sustainability*, 6, 682. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01590-2>

Vertente Natural. (s. f.). Quiénes somos. <https://vertentenatural.com/en/aboutus/>

Weaver, D. (2006). Turismo sostenible: teoría y práctica. Elsevier.

Weber, O. y Remer, S. (2011). Los bancos sociales y el futuro de las finanzas sostenibles. Routledge.

Williams, P. y Soutar, G. (2005). Cerca del «límite». *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10, 247-261. <https://doi.org/10.1080/10941660500309614>

Instituto de Recursos Mundiales y WBCSD. (2004/2015 rev.). Protocolo de GEI: Norma de contabilidad y presentación de informes corporativos y Norma de Alcance 3. Protocolo de GEI. Organización Mundial del Turismo. (2023). El turismo en un clima cambiante. OMT.

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC). (2025).

Impacto económico de los viajes y el turismo en 2025: Unión Europea. WTTC. <https://wttc.org>

Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2021). Hoja de ruta hacia las cero emisiones netas para los viajes y el turismo. WTTC.

Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2025). Impacto económico de los viajes y el turismo en 2025: Unión Europea. WTTC. <https://wttc.org>

WTTC. (2024). Impacto económico de los viajes y el turismo (portal global). Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

WTTC. (2025). Impacto económico en la UE en 2024: conclusiones clave para la Unión Europea. Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Yunita, A., Santosa, B. y Radyati, M. R. N. (2022). Desarrollo de un modelo de turismo de aventura sostenible en Indonesia. *Revista de cuestiones de desarrollo sostenible*, 1(2), 18-30.

<https://doi.org/10.56282/jsdi.v1i2.127>

Zeqiri, A., Youssef, A. y Zahar, T. (2025). Plataformas turísticas digitales y ODS. *Sostenibilidad*.

<https://doi.org/10.3390/su17083482>.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]



CC BY-NC-SA 4.0