Marco de Principios Prácticos

Footprint

Co-funded by
the European Union

Índice

Introducción **5**

¿Qué es el Marco de Principios Prácticos FOOTPRINT? **5**

¿A quién se dirige este Marco? **6**

Marcos de sostenibilidad y sistemas de certificación **7**

Por qué son importantes los marcos de sostenibilidad 7
Contexto político europeo 7
Pacto Verde Europeo 7
Itinerario de Transición para el Turismo de la UE 7
Plan de Acción para la Economía Circular 8
Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030 8
GreenEntreComp: el Marco Europeo de Competencias en Sostenibilidad 8
Sistemas de certificación de sostenibilidad turística 9
Etiqueta Ecológica de la UE 9
EarthCheck 9

Cómo utilizar este Marco **9**

Principio 1: Responsabilidad ambiental **13**

Definición 13
Importancia 13
Acciones clave para las pymes 14
Aplicación en los sectores turísticos 16
Ecoturismo 16
Turismo cultural 16
Turismo de aventura 16
Hoja de ruta para la implementación 17
Resumen 18

Principio 2: Biodiversidad y recursos naturales **20**

Definición 20
Importancia 20
Beneficios para las pymes 21
Acciones clave para las pymes 22
Aplicación en los sectores turísticos 23
Ecoturismo 23
Turismo cultural 23
Turismo de aventura 23
Hoja de ruta para la implementación 24
Resumen 25

Principio 3: Sostenibilidad cultural **27**

Definición 27
Importancia 27
Beneficios para las pymes 28
Acciones clave para las pymes 28
Aplicación en los sectores turísticos 29

Co-funded by the European Union

Footprint

Ecoturismo 29
Turismo cultural 30
Turismo de aventura 30
Hoja de ruta para la implementación 30
Resumen 31

Principio 4: Gestión sostenible de los recursos 33
Definición 33
Importancia 33
Afrontar los retos ambientales, sociales y económicos 33
Beneficios para las pymes 34
Acciones clave para las pymes 34
Aplicación en los sectores turísticos 35
Ecoturismo 35
Turismo cultural 36
Turismo de aventura 36
Hoja de ruta para la implementación 36
Resumen 37

Principio 5: Empoderamiento comunitario e inclusión social 39
Definición 39
Importancia 39
Afrontar los retos sociales y comunitarios 39
Beneficios para las pymes 40
Acciones clave para las pymes 41
Aplicación en los sectores turísticos 42
Ecoturismo 42
Turismo cultural 42
Turismo de aventura 43
Hoja de ruta para la implementación 43
Resumen 44

Principio 6: Acción climática y resiliencia 46
Definición 46
Importancia 46
Afrontar los retos ambientales, culturales y sociales 46
Beneficios para las pymes 47
Acciones clave para las pymes 48
Aplicación en los sectores turísticos 49
Ecoturismo 49
Turismo cultural 49
Turismo de aventura 50
Hoja de ruta para la implementación 50
Resumen 53

Principio 7: Educación y participación de las personas visitantes 55
Definición 55
Importancia 55
Afrontar los retos ambientales, culturales y sociales 55
Beneficios para las pymes 56
Acciones clave para las pymes 56
Aplicación en los sectores turísticos 57
Ecoturismo 57

Turismo cultural..... 58
Turismo de aventura..... 58
Hoja de ruta para la implementación..... 58
Resumen..... 59

Principio 8: Innovación y herramientas para la transición verde.....61
Definición..... 61
Importancia..... 61
Afrontar los retos ambientales, sociales y económicos.....61
Beneficios para las pymes..... 62
Acciones clave para las pymes..... 62
Aplicación en los sectores turísticos.....63
Ecoturismo..... 63
Turismo cultural..... 63
Turismo de aventura..... 64
Hoja de ruta para la implementación..... 64
Resumen..... 65

Guía de implementación: tu itinerario hacia la sostenibilidad.....67
Herramienta de autoevaluación de la sostenibilidad.....71

PLAN DE ACCIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD.....74

DEFINIR OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD SMART.....77

Conclusión.....80
Un marco para la acción..... 80
Apoyar la transición ambiental..... 80
Reforzar la sostenibilidad social y cultural..... 81
Impulsar el cambio de comportamiento y organizativo.....81
De las mejoras graduales a la transformación a largo plazo.....82

Reflexión final.....82

Referencias.....84

MARCO DE PRINCIPIOS PRÁCTICOS

Introducción

Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes de Europa: genera empleo, impulsa el desarrollo regional y contribuye de forma significativa a las economías locales. Al mismo tiempo, el turismo depende profundamente de la calidad de los entornos naturales, culturales y sociales en los que se desarrolla. Por ello, el éxito a largo plazo de las empresas turísticas se basa en la protección y la gestión sostenible de los destinos, las comunidades y los recursos que, en primer lugar, atraen a las personas visitantes.

En toda Europa, las pymes turísticas se enfrentan cada vez más a retos complejos en materia de sostenibilidad. El cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la escasez de recursos, la evolución de las expectativas de las personas visitantes y los cambios en los requisitos normativos están transformando la forma en que operan las empresas turísticas. Cuestiones como el aumento de los costes energéticos, el estrés hídrico, la gestión de residuos, la masificación turística y la degradación ambiental ya no son preocupaciones de futuro, sino realidades actuales que afectan directamente al rendimiento, la competitividad y la resiliencia empresarial. Al mismo tiempo, las pymes turísticas se encuentran en una posición privilegiada para impulsar un cambio positivo. A través de su actividad diaria, sus decisiones de compra, su relación con las personas visitantes y sus alianzas con las comunidades locales, las pymes pueden desempeñar un papel destacado en la transición hacia un ecosistema turístico más sostenible.

Consciente de esta oportunidad, el proyecto FOOTPRINT ha desarrollado el Marco de Principios Prácticos para ayudar a las pymes turísticas a convertir sus aspiraciones de sostenibilidad en acciones prácticas. En lugar de presentar la sostenibilidad como un conjunto de iniciativas aisladas, el marco promueve un enfoque estructurado e integrado que incorpora la sostenibilidad ambiental, social, cultural y económica en la toma de decisiones empresariales. El marco está concebido para ayudar a las pymes turísticas a identificar áreas prioritarias de mejora, aplicar medidas de sostenibilidad prácticas, reforzar su resiliencia y alinear sus actividades con las nuevas prioridades europeas de sostenibilidad y con las expectativas del mercado. Ofrece un itinerario claro que va de la sensibilización a la acción y permite a las empresas adoptar progresivamente prácticas más sostenibles en función de su tamaño, su capacidad y su nivel de madurez. Al ayudar a las pymes turísticas a mejorar su desempeño en sostenibilidad, el marco contribuye al objetivo más amplio de crear un sector turístico ambientalmente responsable, socialmente inclusivo, económicamente resiliente y capaz de generar valor a largo plazo para los destinos, las comunidades, las empresas y las personas visitantes.

¿Qué es el Marco de Principios Prácticos FOOTPRINT?

El Marco de Principios Prácticos es un recurso de orientación práctica desarrollado para ayudar a las pymes turísticas a aplicar principios de sostenibilidad en su actividad diaria y en sus estrategias

empresariales a largo plazo. El marco reúne ocho principios prácticos interrelacionados que abordan las dimensiones ambientales, sociales, culturales y económicas clave del turismo sostenible. Cada principio ofrece una visión general del tema, explica su relevancia para las pymes turísticas, describe acciones prácticas que las empresas pueden llevar a cabo y propone una hoja de ruta de implementación que favorece la mejora continua. En lugar de prescribir un único enfoque, el marco reconoce que las pymes turísticas operan en contextos diversos y afrontan retos distintos en función de su tamaño, ubicación, recursos y modelo de negocio. Por este motivo, los principios se han diseñado para ser flexibles y escalables, de modo que cada empresa pueda adoptar las acciones más adecuadas a sus circunstancias.

El marco debe entenderse como una herramienta de referencia práctica que apoya la toma de decisiones, la planificación y la implementación. Puede utilizarse para identificar prioridades, orientar mejoras en materia de sostenibilidad, apoyar la formación del personal, reforzar la participación de las partes interesadas y preparar a las empresas para sistemas de certificación de sostenibilidad o requisitos de presentación de informes. En conjunto, los ocho principios constituyen una base estructurada para construir empresas turísticas más sostenibles, resilientes y orientadas al futuro.

¿A quién se dirige este Marco?

El Marco de Principios Prácticos se ha desarrollado principalmente para pymes turísticas que operan en distintos sectores y destinos turísticos. Puede resultar especialmente útil para:

- Proveedores de alojamiento, como hoteles, casas de huéspedes, campings y empresas de turismo rural.
- Turoperadores y proveedores de servicios de viaje.
- Organizaciones de turismo cultural y patrimonial.
- Proveedores de turismo de aventura y de actividades al aire libre.
- Atracciones turísticas y proveedores de experiencias.
- Organizaciones de gestión de destinos y redes turísticas.
- Entidades de apoyo al turismo, asociaciones empresariales y cámaras de comercio.
- Centros de educación y formación profesional que apoyan a las empresas turísticas.

El marco puede ser utilizado por personas propietarias de empresas, equipos directivos, personas coordinadoras de sostenibilidad, personal y entidades externas de apoyo que deseen reforzar las prácticas de sostenibilidad e impulsar la transición verde en el sector turístico. Sea cual sea el punto de partida, el marco fomenta un proceso de mejora continua que permite a las organizaciones reforzar progresivamente su desempeño en sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Marcos de sostenibilidad y sistemas de certificación

Por qué son importantes los marcos de sostenibilidad

La transición hacia un turismo más sostenible exige que las empresas equilibren la protección ambiental, la responsabilidad social, la viabilidad económica y la resiliencia a largo plazo. Aunque muchas pymes turísticas reconocen la importancia de la sostenibilidad, saber por dónde empezar y cómo medir los avances puede resultar complicado. Los marcos europeos de sostenibilidad, las iniciativas políticas y los sistemas de certificación ofrecen una orientación valiosa, ya que ayudan a las empresas a comprender las prioridades de sostenibilidad, identificar áreas de mejora, aplicar acciones prácticas y comparar sus avances con estándares reconocidos. También ayudan a las pymes turísticas a responder a la evolución de las expectativas de su clientela, acceder a nuevas oportunidades de mercado, reforzar su competitividad y prepararse para futuros cambios normativos.

El Marco de Principios Prácticos se ha desarrollado en consonancia con marcos europeos de sostenibilidad y sistemas de certificación turística reconocidos. En conjunto, estos recursos constituyen una base estructurada para apoyar la transición verde en el sector turístico.

Contexto político europeo

Pacto Verde Europeo

El Pacto Verde Europeo es la estrategia de crecimiento a largo plazo de la Unión Europea, cuyo objetivo es convertir a Europa en el primer continente climáticamente neutro en 2050. Pretende reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, proteger la biodiversidad y apoyar una transición justa e inclusiva hacia una economía sostenible.

Para las pymes turísticas, el Pacto Verde subraya la importancia de reducir el impacto ambiental, mejorar la eficiencia energética y de los recursos, apoyar la conservación de la biodiversidad y reforzar la resiliencia climática. Muchas de las acciones que se presentan a lo largo de este Marco contribuyen directamente a estos objetivos.

Itinerario de Transición para el Turismo de la UE

El Itinerario de Transición para el Turismo de la UE ofrece una hoja de ruta para apoyar la transición verde y digital del ecosistema turístico europeo. Anima a los agentes del sector turístico a mejorar la gestión de la sostenibilidad, apostar por la innovación, reforzar la resiliencia e intensificar la colaboración entre destinos y a lo largo de las cadenas de valor.

El Marco de Principios Prácticos contribuye a estas aspiraciones al convertir las prioridades de sostenibilidad en acciones prácticas que las pymes turísticas pueden aplicar en su actividad diaria y en sus procesos de planificación a largo plazo.

Plan de Acción para la Economía Circular

El Plan de Acción para la Economía Circular promueve el uso eficiente de los recursos animando a las empresas a reducir los residuos, prolongar la vida útil de los productos, fomentar la reutilización y el reciclaje y minimizar el consumo de recursos. Para las pymes turísticas, adoptar los principios de la economía circular puede reducir los costes operativos, mejorar la eficiencia en el uso de los recursos y minimizar los impactos ambientales. Estos conceptos son especialmente relevantes para los principios de Responsabilidad ambiental, Gestión sostenible de los recursos e Innovación y herramientas para la transición verde.

Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030

La Estrategia de la UE sobre Biodiversidad tiene como objetivo proteger y restaurar los ecosistemas, invertir la pérdida de biodiversidad y reforzar la conservación de la naturaleza en toda Europa. Dado que muchos destinos turísticos dependen directamente de entornos naturales sanos, la protección de la biodiversidad es un componente clave del desarrollo turístico sostenible. Los principios de Biodiversidad y recursos naturales, Acción climática y resiliencia y Responsabilidad ambiental contribuyen directamente a estos objetivos.

GreenEntreComp: el Marco Europeo de Competencias en Sostenibilidad

GreenEntreComp es el marco europeo de competencias en sostenibilidad desarrollado por el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea. Ofrece un marco de referencia común sobre los conocimientos, las destrezas y las actitudes necesarios para favorecer el pensamiento y la acción sostenibles en todos los sectores. El marco anima a las personas y a las organizaciones a desarrollar competencias que favorezcan la creación de valor sostenible, el pensamiento sistémico, la colaboración, la toma de decisiones éticas y la planificación a largo plazo. GreenEntreComp se organiza en torno a tres áreas de competencia:

Ideas y oportunidades

Reconocer los retos de sostenibilidad e identificar oportunidades para generar un impacto ambiental, social y económico positivo.

Recursos

Movilizar personas, conocimientos, alianzas y recursos para apoyar programas sostenibles y el cambio organizativo.

Pasar a la acción

Planificar, aplicar, evaluar y mejorar continuamente las acciones de sostenibilidad en la práctica. Los ocho Principios Prácticos que se presentan en este Marco ayudan a las pymes turísticas a aplicar las competencias de GreenEntreComp en su actividad empresarial y en sus estrategias de sostenibilidad.

Sistemas de certificación de sostenibilidad turística

Etiqueta Ecológica de la UE

La Etiqueta Ecológica de la UE es la etiqueta ambiental oficial y voluntaria de la Unión Europea. Se concede a los establecimientos de alojamiento turístico y campings que demuestran un alto rendimiento ambiental y cumplen criterios de sostenibilidad estrictos. Entre las principales áreas evaluadas se encuentran:

- Eficiencia energética y uso de energías renovables
- Ahorro de agua
- Prevención y reciclaje de residuos
- Prácticas de compra sostenible
- Sistemas de gestión ambiental
- Información y sensibilización de las personas visitantes

La Etiqueta Ecológica de la UE ofrece a las empresas turísticas una forma reconocida y creíble de demostrar su compromiso ambiental, al tiempo que refuerza la confianza de la clientela y su visibilidad en el mercado.

EarthCheck

EarthCheck es un programa de certificación y evaluación comparativa (benchmarking) de la sostenibilidad, reconocido internacionalmente y diseñado específicamente para el sector de los viajes y el turismo. Ofrece un marco de base científica que permite a las empresas y destinos turísticos medir, supervisar y mejorar su desempeño en sostenibilidad a lo largo del tiempo. EarthCheck evalúa diversos indicadores de sostenibilidad, entre ellos:

- Consumo de energía
- Uso del agua
- Gestión de residuos
- Emisiones de carbono
- Conservación de la biodiversidad
- Participación de la comunidad
- Sostenibilidad social y cultural

Mediante la evaluación comparativa y la verificación independiente, EarthCheck favorece la mejora continua y ayuda a las organizaciones a demostrar su responsabilidad, su transparencia y su compromiso a largo plazo con las prácticas de turismo sostenible.

Cómo utilizar este Marco

El Marco de Principios Prácticos FOOTPRINT se ha concebido como una herramienta práctica de implementación que acompaña a las pymes turísticas en su transición hacia modelos de negocio más sostenibles, resilientes y orientados al futuro. En lugar de presentar la sostenibilidad como una serie de acciones aisladas, el marco ofrece un enfoque estructurado que ayuda a las empresas a integrar la

sostenibilidad en su actividad cotidiana, su planificación estratégica y su toma de decisiones a largo plazo.

El marco complementa otros marcos de sostenibilidad, iniciativas políticas y sistemas de certificación más amplios. Políticas europeas como el Pacto Verde Europeo, el Itinerario de Transición para el Turismo de la UE, el Plan de Acción para la Economía Circular y la Estrategia de la UE sobre Biodiversidad marcan el rumbo del sector turístico. GreenEntreComp identifica las competencias necesarias para apoyar la toma de decisiones sostenibles y el cambio organizativo, mientras que sistemas de certificación como la Etiqueta Ecológica de la UE y EarthCheck ofrecen mecanismos para comparar el desempeño y acreditar los logros. Sobre estas bases, el Marco de Principios Prácticos convierte las prioridades de sostenibilidad en acciones prácticas que las pymes turísticas pueden aplicar en sus propias organizaciones.

El marco se organiza en torno a ocho Principios Prácticos interrelacionados que reflejan las dimensiones clave del turismo sostenible:

- Responsabilidad ambiental
- Biodiversidad y recursos naturales
- Sostenibilidad cultural
- Gestión sostenible de los recursos
- Empoderamiento comunitario e inclusión social
- Acción climática y resiliencia
- Educación y participación de las personas visitantes
- Innovación y herramientas para la transición verde

Cada principio aborda un aspecto específico de la sostenibilidad y sigue una estructura común que incluye:

- Una definición del principio y su relevancia para las pymes turísticas;
- Una explicación de por qué es importante el principio;
- Acciones prácticas que las empresas pueden aplicar;
- Ejemplos de aplicación en distintos sectores turísticos;
- Una hoja de ruta para la implementación;
- Un resumen de las ideas clave.

Los principios se han diseñado para ser flexibles y escalables, ya que las pymes turísticas operan en contextos diversos y pueden encontrarse en distintas etapas de su camino hacia la sostenibilidad. No se espera que las empresas apliquen todas las acciones de inmediato. Al contrario, el marco propone un enfoque gradual, que permite a las organizaciones priorizar las acciones según sus necesidades, sus recursos y su nivel de madurez. Un rasgo fundamental del marco es su perspectiva sistémica. Las empresas turísticas no operan de forma aislada, sino dentro de ecosistemas de destino interconectados en los que intervienen personas visitantes, proveedores, comunidades locales, administraciones públicas y entornos naturales. Por este motivo, el marco anima a las pymes a tener en cuenta los impactos y las oportunidades no solo dentro de su propia actividad, sino también a lo largo de sus cadenas de valor y sus redes de grupos de interés.

El marco integra, además, enfoques tanto de mitigación como de adaptación. Aunque reducir los impactos ambientales sigue siendo esencial, las empresas turísticas también deben reforzar su

capacidad para anticipar los retos ambientales, sociales y climáticos, responder a ellos y recuperarse. Este doble enfoque favorece el desarrollo de empresas turísticas no solo más sostenibles, sino también más resilientes. Al ofrecer una estructura coherente y una orientación práctica, el Marco de Principios Prácticos ayuda a las pymes turísticas a pasar de la sensibilización sobre la sostenibilidad a una acción significativa, contribuyendo así a un sector turístico ambientalmente responsable, socialmente inclusivo, económicamente resiliente y preparado para el futuro.

01

PRINCIPIO 1

Responsabilidad ambiental

Principio 1: Responsabilidad ambiental

Definición

La responsabilidad ambiental hace referencia al compromiso de las pymes turísticas de reconocer, gestionar y reducir de forma sistemática su impacto ambiental en todas sus actividades y alianzas. En la práctica, implica gestionar el uso de la energía, el consumo de agua, la generación de residuos y el uso de materiales como parte de la actividad diaria. Fomenta una cultura de rendición de cuentas que orienta la toma de decisiones y favorece la mejora continua. En este contexto, las pymes asumen la responsabilidad de su huella ambiental como parte de su desarrollo ético y estratégico, yendo más allá del mero cumplimiento normativo.

Este principio está estrechamente vinculado a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que consiste en integrar consideraciones ambientales y sociales en la actividad empresarial y en la relación con los grupos de interés. En este contexto, la responsabilidad ambiental anima a las pymes a ir más allá del cumplimiento normativo y a adoptar un enfoque más estructurado y proactivo en la gestión de su impacto ambiental.

Este principio contribuye también a la resiliencia empresarial a largo plazo. Al integrar desde el principio las consideraciones ambientales, las pymes están mejor preparadas para anticipar los retos ambientales, responder a la evolución de las expectativas del mercado y alinearse con la transición hacia la sostenibilidad en el sector turístico. Garantiza que el impacto ambiental no se trate como un subproducto externo de la actividad, sino como un elemento integral de una práctica empresarial responsable y de la creación de valor para los destinos, las comunidades y las generaciones futuras. El sector turístico depende intrínsecamente de la calidad del entorno natural, que condiciona directamente el atractivo del destino y la experiencia de las personas visitantes. Por tanto, la degradación ambiental puede mermar la competitividad y poner en peligro la viabilidad a largo plazo de los destinos. Integrar la responsabilidad ambiental en los procesos clave de toma de decisiones y en las prácticas de gestión resulta esencial, ya que permite a las pymes desarrollar progresivamente capacidades internas, evitar costosos ajustes futuros y adelantarse a las tendencias normativas, del mercado y de consumo.

Importancia

Afrontar los retos ambientales y sociales

La responsabilidad ambiental es un principio fundamental para las pymes turísticas, porque el sector turístico depende directamente de ecosistemas sanos, destinos atractivos y un uso sostenible de los recursos naturales. Ayuda a las empresas a reconocer y reducir su contribución al agotamiento de los recursos, la contaminación, la generación de residuos y la degradación de los ecosistemas, efectos que a menudo se amplifican en destinos con una alta densidad de visitantes o condiciones naturales frágiles.

Más allá de los efectos ambientales directos, este principio contribuye también, de forma indirecta, a afrontar retos de sostenibilidad más amplios. Desde una perspectiva social, una mala gestión ambiental

puede afectar a la calidad de vida de las comunidades locales, por ejemplo, mediante el agotamiento de los recursos, el aumento de los costes, la escasez de agua o un menor acceso a entornos limpios y saludables. También puede afectar a los paisajes culturales y a los sitios patrimoniales que dependen de un entorno bien conservado.

Reforzar la responsabilidad ambiental ayuda a mitigar estas presiones al promover un uso más eficiente y responsable de los recursos. En este sentido, la responsabilidad ambiental favorece la sostenibilidad global de los destinos, aunque su enfoque principal siga siendo ecológico.

Beneficios para las pymes

Adoptar la responsabilidad ambiental aporta a las pymes turísticas una serie de beneficios tangibles y estratégicos:

- ✓ Ventaja competitiva: la responsabilidad ambiental refuerza la competitividad de las pymes al responder a la creciente demanda de servicios turísticos sostenibles por parte de viajeros y viajeras, turoperadores y entidades gestoras de destinos. Ayuda a las empresas a diferenciarse en un mercado saturado y a responder a unas expectativas de consumo basadas en valores, especialmente entre las personas visitantes con conciencia ambiental.
- ✓ Eficiencia en costes y mejor rendimiento operativo: al gestionar sistemáticamente su impacto ambiental (como la energía, el agua y los residuos), las pymes pueden reducir el consumo innecesario de recursos y mejorar su eficiencia operativa. Con frecuencia, estas mejoras se traducen en ahorros directos y en una gestión diaria más eficiente, algo especialmente valioso para las pequeñas empresas con márgenes financieros reducidos.
- ✓ Mejor reputación y menor riesgo de ecoblanqueo (greenwashing): un enfoque estructurado y transparente de la responsabilidad ambiental aumenta la credibilidad y refuerza la confianza de la clientela y de las entidades colaboradoras. También reduce el riesgo de ecoblanqueo, al garantizar que las declaraciones ambientales se basan en prácticas coherentes, evidencias y mejora continua, y no en acciones aisladas o mensajes de marketing.
- ✓ Mejor acceso a oportunidades y resiliencia a largo plazo: las pymes que demuestran responsabilidad ambiental están en mejor posición para acceder a alianzas, programas de financiación y sistemas de certificación que incluyen cada vez más criterios de sostenibilidad. Esto contribuye a su resiliencia a largo plazo, ya que les ayuda a adaptarse a la evolución de las expectativas del mercado, a las tendencias normativas y a la transición general del turismo hacia la sostenibilidad.

Acciones clave para las pymes

Para aplicar la responsabilidad ambiental, las pymes turísticas deberían centrarse en las siguientes áreas de acción principales:

1 Comprender y gestionar el impacto ambiental

Desarrollar una comprensión global de cómo interactúan las actividades de la empresa con el medio ambiente a lo largo de toda la cadena de valor. Esto incluye los impactos operativos directos (como el uso de energía, el consumo de agua y la generación de residuos), así como los impactos indirectos vinculados al transporte, las compras y el comportamiento de la clientela. Adoptar una perspectiva de

ciclo de vida ayuda a identificar los puntos de presión más significativos y garantiza que las consideraciones ambientales se integren sistemáticamente en la toma de decisiones, también en lo relativo a proveedores, operaciones in situ y actividades relacionadas con la clientela.

2 Mejorar la eficiencia en el uso de los recursos

Comprometerse a reducir el impacto ambiental mediante acciones concretas y medibles en toda la actividad. Esto incluye mejorar la eficiencia energética (por ejemplo, optimizando los sistemas de calefacción y refrigeración o utilizando iluminación y equipos de bajo consumo), reducir el consumo de agua (por ejemplo, instalando dispositivos de ahorro o reutilizando el agua cuando sea posible) y minimizar los residuos (por ejemplo, evitando los productos de un solo uso o mejorando la separación y el reciclaje).

3 Reducir las emisiones y los residuos

Las pymes también pueden reducir sus emisiones promoviendo opciones de transporte bajas en carbono, abasteciéndose localmente para limitar el impacto del transporte y dando preferencia a productos y materiales respetuosos con el medio ambiente. Siempre que sea posible, adoptar soluciones de energía renovable y prácticas circulares (reutilización, reparación, reciclaje) refuerza aún más la reducción de impacto. Por ejemplo, las pymes pueden instalar iluminación LED y dispositivos de ahorro de agua, reducir los plásticos de un solo uso y priorizar a proveedores locales con certificación ambiental.

4 Integrar la responsabilidad ambiental en las prácticas empresariales clave

Ir más allá de las iniciativas aisladas incorporando las consideraciones ambientales en todas las funciones clave de la empresa, como la planificación estratégica, las decisiones de inversión, las compras y el diseño de productos y servicios turísticos. Esto garantiza la coherencia y consolida la responsabilidad ambiental como una prioridad empresarial a largo plazo.

5 Promover cadenas de valor responsables

Extender la responsabilidad ambiental más allá de la organización colaborando activamente con proveedores, prestadores de servicios y entidades socias. Esto implica seleccionar a las entidades colaboradoras con criterios ambientales, fomentar prácticas más sostenibles y dar preferencia, siempre que sea posible, al abastecimiento local y de bajo impacto. Reforzar la sostenibilidad de la cadena de valor contribuye a reducir los impactos indirectos y mejora la credibilidad global de la empresa.

6 Implicar a las partes interesadas en la responsabilidad ambiental

Fomentar una cultura de responsabilidad ambiental implicando activamente al personal, a la clientela y a otras partes interesadas. Esto incluye sensibilizar y capacitar al personal, fomentar comportamientos responsables entre las personas visitantes y comunicar los compromisos y los avances de forma transparente y coherente. Una participación significativa ayuda a reforzar la confianza, favorece el cambio de comportamientos y ancla la responsabilidad ambiental en el ecosistema más amplio del destino.

Aplicación en los sectores turísticos

Ecoturismo

En el ecoturismo, la responsabilidad ambiental es un principio fundamental que garantiza que las actividades turísticas contribuyan activamente a la protección de los entornos naturales, en lugar de limitarse a minimizar los daños. Implica adoptar un enfoque estructurado y responsable en la gestión del impacto ambiental, con un fuerte énfasis en la transparencia, el seguimiento y la mejora continua. Las pymes turísticas pueden aplicar este principio evaluando sistemáticamente su huella ambiental y alineando su actividad con los objetivos fijados (por ejemplo, supervisando el consumo de energía y agua, estableciendo objetivos de reducción e informando de los avances).

En el ecoturismo, la responsabilidad ambiental se extiende también a las alianzas y a las cadenas de suministro. Un pequeño turoperador, por ejemplo, puede optar por trabajar con guías y proveedores locales que sigan estándares ambientales reconocidos e incluir criterios ambientales en su proceso de selección. De este modo, la empresa asume la responsabilidad no solo de sus actividades directas, sino también de los impactos más amplios de sus servicios.

Además, este principio puede aplicarse mediante una comunicación transparente y prácticas basadas en evidencias. Una empresa de ecoturismo puede compartir con las personas visitantes información sobre cómo se supervisa y gestiona el impacto ambiental, por ejemplo, el seguimiento de la reducción de residuos o el apoyo a iniciativas de conservación del entorno natural. Esto ayuda a generar confianza y garantiza que las declaraciones de sostenibilidad sean creíbles y se basen en prácticas reales.

Turismo cultural

En el turismo cultural, la responsabilidad ambiental garantiza que las actividades turísticas respeten y protejan las condiciones ambientales que sustentan el patrimonio cultural y la identidad local. Implica un enfoque estructurado y responsable de la gestión del impacto ambiental vinculado a los flujos de visitantes, las infraestructuras y los servicios en torno a los sitios culturales. Las pymes turísticas que operan en destinos culturales (como ciudades históricas, sitios patrimoniales o paisajes culturales) pueden aplicar este principio supervisando y gestionando sistemáticamente los efectos ambientales de sus actividades.

La responsabilidad ambiental se aplica también a la forma en que las pymes gestionan el impacto relacionado con las personas visitantes. Una empresa de visitas guiadas, por ejemplo, puede diseñar itinerarios que reduzcan la congestión en zonas sensibles, coordinarse con los agentes locales e integrar consideraciones ambientales en sus decisiones de planificación. Así, la empresa asume su papel en la preservación tanto de la calidad ambiental como de la integridad de los espacios culturales. Las empresas de turismo cultural también pueden favorecer la responsabilidad ambiental mediante una gestión sostenible de eventos, reduciendo los residuos en festivales y actos culturales, promoviendo opciones de transporte sostenible para las personas visitantes y colaborando con las entidades gestoras del patrimonio para minimizar la presión sobre los sitios culturales sensibles.

Turismo de aventura

En el turismo de aventura, la responsabilidad ambiental garantiza que las actividades que se desarrollan en entornos naturales se gestionen de forma que se mantenga la integridad de los ecosistemas y se

minimicen los impactos acumulativos a lo largo del tiempo. Implica un enfoque estructurado y responsable para evaluar, supervisar y gestionar los efectos ambientales de las actividades al aire libre, el uso de equipos y el comportamiento de las personas visitantes.

Las pymes del turismo de aventura pueden aplicar este principio evaluando sistemáticamente el impacto ambiental de sus actividades e integrando esta información en la planificación y la operativa. Por ejemplo, una empresa de actividades al aire libre puede supervisar el estado de los senderos o espacios naturales utilizados en sus rutas, ajustar los recorridos o el tamaño de los grupos cuando sea necesario y documentar estas decisiones como parte de un enfoque continuo de gestión ambiental. La responsabilidad ambiental se aplica también a la forma de organizar y supervisar las actividades. Una empresa de rafting o senderismo, por ejemplo, puede establecer pautas ambientales claras para guías y participantes, hacer un seguimiento de su cumplimiento y revisar periódicamente sus prácticas para reducir impactos como la erosión, las molestias a la fauna o la generación de residuos. Esto refleja una forma proactiva y responsable de gestionar los riesgos ambientales asociados a las experiencias al aire libre.

Además, las pymes pueden extender esta responsabilidad a sus equipos y proveedores. Por ejemplo, una empresa de turismo de aventura puede elegir equipos duraderos y reparables, controlar su uso y su ciclo de vida y trabajar con proveedores que sigan prácticas ambientalmente responsables. Esto ayuda a garantizar que las consideraciones ambientales se integren más allá de la propia actividad. Las empresas de turismo de aventura pueden informar a su clientela sobre cómo se gestionan su impacto ambiental y fomentar comportamientos responsables entre las personas participantes.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1. Evaluar la situación ambiental de partida	Empieza por identificar y analizar los principales impactos ambientales vinculados a tus actividades a lo largo de la cadena de valor. Esto incluye los impactos directos (uso de energía, generación de residuos, etc.) e indirectos (transporte, bienes adquiridos, etc.). Una sencilla evaluación de la situación de partida ayuda a identificar las áreas prioritarias de actuación y ofrece un punto de referencia para futuras mejoras.
Paso 2. Definir prioridades y fijar objetivos medibles	Prioriza los impactos ambientales más significativos y define objetivos de mejora claros. Estos objetivos deben ser realistas, tener un plazo definido y ajustarse a la capacidad de la pyme (por ejemplo, reducir el consumo energético en un porcentaje determinado, disminuir los residuos destinados a basura o reducir las emisiones de carbono por cliente o por servicio prestado).
Paso 3. Establecer la gobernanza y las responsabilidades	Define las responsabilidades internas en materia de gestión ambiental, incluso en estructuras pequeñas (por ejemplo, designando a una persona o equipo responsable de supervisar los avances, integrar criterios ambientales en la toma de decisiones y garantizar un seguimiento periódico por parte de la dirección). Una gobernanza sólida garantiza la coherencia y el compromiso a largo plazo.
Paso 4. Aplicar acciones ambientales específicas	Pon en marcha medidas concretas para reducir los impactos ambientales en las áreas prioritarias. Las acciones deben ajustarse a la realidad operativa e integrarse progresivamente en las prácticas diarias de la empresa, en lugar de tratarse como iniciativas aisladas.

Paso 5. Definir y supervisar los indicadores ambientales clave (KPI)	Selecciona un conjunto de indicadores relevantes para hacer un seguimiento del desempeño ambiental a lo largo del tiempo, de modo que la pyme pueda medir sus avances, detectar ineficiencias y tomar decisiones basadas en evidencias. Algunos ejemplos de KPI habituales son: consumo de energía (kWh por huésped, por habitación o por actividad); consumo de agua (litros por pernoctación o por unidad de servicio); generación de residuos (kg por cliente, tasa de reciclaje en %); huella de carbono (kg de CO_2 por estancia, por actividad o por volumen de negocio); proporción de compras locales o sostenibles (% de las compras)
Paso 6. Evaluar el desempeño e impulsar la mejora continua	Analiza periódicamente los resultados de los KPI para valorar los avances respecto a los objetivos. Esta evaluación puede realizarse anualmente o por temporadas, según los ciclos de actividad. Las pymes pueden utilizar cuadros de mando sencillos o marcos estructurados (por ejemplo, enfoques inspirados en la norma ISO 14001 o herramientas de evaluación de la RSC) para detectar carencias y ajustar las acciones. El objetivo es la mejora continua, no la perfección inmediata.
Paso 7. Comunicar los avances con transparencia	Comparte los compromisos, las acciones y los resultados ambientales con las partes interesadas de forma clara y transparente, evitando el ecoblanqueo. Esto refuerza la confianza de la clientela y de las entidades colaboradoras.
Paso 8. Optar a certificaciones y reconocimientos externos	Las pymes pueden adherirse a etiquetas ambientales o sistemas de certificación reconocidos (por ejemplo, la Etiqueta Ecológica de la UE, Green Key, ISO 14001, EMAS, etc., o sellos de RSC como Responsibility Europe) para estructurar su enfoque y obtener una validación externa.

Esta hoja de ruta ofrece una orientación práctica para aplicar la Responsabilidad ambiental en tu organización. Para un enfoque más amplio que integre la sostenibilidad en todos los ámbitos de tu empresa, consulta el Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad que figura al final de este Marco.

Resumen

Definición	La responsabilidad ambiental es el compromiso de las pymes turísticas de gestionar y supervisar sistemáticamente su impacto ambiental y rendir cuentas de ello, integrando la sostenibilidad en las decisiones empresariales clave y en su desarrollo a largo plazo.
Acciones clave	• Comprender y gestionar los impactos ambientales • Reducir la huella ambiental • Integrar la sostenibilidad en la actividad empresarial • Promover cadenas de valor responsables • Implicar a las partes interesadas
Principios relacionados	• Biodiversidad y recursos naturales • Gestión sostenible de los recursos • Acción climática y resiliencia

02

PRINCIPIO 2

Biodiversidad y recursos naturales

Principio 2: Biodiversidad y recursos naturales

Definición

La biodiversidad es la variedad de la vida en la Tierra, que incluye la diversidad de especies, ecosistemas y recursos genéticos que sustentan unos entornos naturales sanos y funcionales (Organización Mundial de la Salud, 2018). Los recursos naturales son las materias primas y las fuentes de energía que se encuentran en la naturaleza sin intervención humana. Algunos de estos recursos son renovables, aunque pueden tardar mucho en regenerarse: el agua, el viento y la luz solar. Otros no son renovables y existen en cantidades limitadas (por ejemplo, los combustibles fósiles, los minerales, el carbón o el gas natural). En el contexto del turismo sostenible, los recursos naturales y la biodiversidad, como los océanos, los bosques y las montañas, suelen ser el núcleo de los destinos y sus atractivos. Sin embargo, el turismo puede ejercer una presión considerable sobre estos entornos. Las actividades turísticas mal gestionadas pueden provocar la destrucción de hábitats, molestias a las especies, contaminación y sobreexplotación de los recursos naturales. Por ello, es fundamental minimizar el impacto ambiental del turismo para proteger estos ecosistemas. Proteger la biodiversidad y los recursos naturales es esencial para mantener la calidad ambiental y las experiencias de las personas visitantes de las que dependen muchas empresas turísticas.

El turismo representa el 10 % del producto interior bruto (PIB) de la Unión Europea (UE). Las pequeñas y medianas empresas (pymes) constituyen la mayoría de las empresas turísticas en Europa y emplean aproximadamente a 12,3 millones de personas (Parlamento Europeo, 2025). Las empresas turísticas están presentes en distintos sectores, como el alojamiento, el transporte, la restauración y el ocio. Para pymes como restaurantes, alojamientos y turoperadores, aplicar los principios de sostenibilidad significa adoptar prácticas que protejan la biodiversidad y los recursos naturales sin dejar de generar valor económico. Estas empresas desempeñan un papel clave en la configuración del impacto del turismo, ya que sus decisiones y prácticas pueden favorecer la conservación de los entornos naturales o contribuir a su degradación. Por tanto, proteger la biodiversidad y los recursos naturales no es solo una responsabilidad ambiental, sino también una necesidad empresarial para las pymes turísticas que quieren mantener el atractivo y la resiliencia de los destinos a largo plazo.

Importancia

Afrontar los retos ambientales y sociales

La biodiversidad y los recursos naturales suelen ser las principales razones por las que las personas visitantes se sienten atraídas por un destino. Los ecosistemas sanos, los paisajes, la fauna, los bosques, las montañas, los ríos y los entornos costeros constituyen la base de muchas experiencias turísticas. En consecuencia, el sector turístico depende en gran medida de la calidad y la resiliencia de los entornos naturales. Sin embargo, el turismo puede ejercer una presión considerable sobre la biodiversidad y los recursos naturales si las actividades no se gestionan con cuidado. Muchas personas viajeras se sienten

atraídas por zonas ambientalmente sensibles y frágiles, que pueden ser especialmente vulnerables a los impactos del turismo. Un desarrollo turístico mal gestionado puede contribuir a:

- La generación de residuos y contaminación, que presionan los sistemas locales de gestión de residuos y los entornos naturales.
- El uso excesivo de los recursos naturales, incluido el aumento del consumo de energía y agua asociado al transporte, el alojamiento y las instalaciones turísticas.
- La alteración de hábitats y la degradación de ecosistemas derivadas del desarrollo de infraestructuras como hoteles, carreteras, puertos deportivos e instalaciones recreativas.
- Las molestias a la fauna y a los hábitats naturales por el aumento de la actividad de visitantes y por experiencias turísticas mal gestionadas.

Por tanto, el turismo puede considerarse un arma de doble filo. Por un lado, puede generar beneficios económicos que apoyen los esfuerzos de conservación, crear incentivos para la protección ambiental y sensibilizar sobre el valor de la biodiversidad. Por ejemplo, los ingresos turísticos pueden contribuir a la gestión de espacios protegidos, a iniciativas de conservación y a programas de educación ambiental. Por otro lado, un desarrollo turístico mal gestionado puede contribuir a la degradación de los ecosistemas, la contaminación, la masificación turística y la sobreexplotación de los recursos naturales. Las investigaciones indican que el aumento de la actividad turística puede ejercer una presión adicional sobre la biodiversidad por la alteración de los hábitats y el mayor consumo de recursos. No obstante, estos impactos pueden reducirse de forma significativa mediante una planificación adecuada, una gestión eficaz y prácticas de turismo responsable.

Más allá del impacto ambiental, la pérdida de biodiversidad y el agotamiento de los recursos también pueden afectar a las comunidades locales. Los ecosistemas degradados pueden reducir el acceso a los recursos naturales, aumentar la presión sobre las infraestructuras locales y generar tensiones entre el desarrollo turístico y las necesidades de la comunidad. Por ello, proteger la biodiversidad y los recursos naturales es esencial no solo para la sostenibilidad ambiental, sino también para favorecer el bienestar de la comunidad y la resiliencia a largo plazo de los destinos turísticos.

Beneficios para las pymes

Adoptar prácticas de conservación ofrece varios beneficios a las pymes turísticas:

- ✓ Ventaja competitiva: cada vez más personas viajeras buscan experiencias turísticas acordes con sus valores ambientales y que apoyen prácticas de turismo responsable. Las empresas que demuestran su compromiso con la conservación de la biodiversidad y la gestión sostenible de los recursos pueden reforzar su posicionamiento en el mercado, diferenciarse de la competencia y atraer a visitantes con conciencia ambiental.
- ✓ Nuevas oportunidades de negocio: la conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales puede crear nuevas oportunidades para las empresas turísticas. Las pymes pueden desarrollar experiencias temáticas sobre biodiversidad, productos de turismo de naturaleza, actividades de observación de fauna, rutas educativas o alianzas con organizaciones de conservación de la naturaleza. Estas actividades pueden diversificar la oferta turística y generar nuevas fuentes de ingresos.
- ✓ Reputación e imagen de marca: aplicar prácticas respetuosas con la biodiversidad puede mejorar la reputación de una pyme y reforzar la confianza de su clientela. Los compromisos

visibles con la protección de los ecosistemas y los recursos naturales locales aportan contenidos valiosos para la comunicación y el marketing, y ayudan a las empresas a demostrar autenticidad y a atraer a visitantes que valoran la sostenibilidad.

- ✓ Resiliencia del destino a largo plazo: proteger la biodiversidad y los recursos naturales ayuda a mantener la calidad ambiental que, en primer lugar, atrae a las personas visitantes. Al apoyar la conservación de los ecosistemas y reducir las presiones ambientales, las pymes turísticas contribuyen a la resiliencia y al atractivo de los destinos a largo plazo, lo que ayuda a asegurar futuras oportunidades de negocio y a reducir los riesgos asociados a la degradación ambiental.

Acciones clave para las pymes

¿Qué puede hacer tu empresa en la práctica? Estas son algunas acciones sencillas que puedes empezar a aplicar hoy mismo:

1 Informar a las personas visitantes sobre la biodiversidad y los recursos naturales locales

Las pymes suelen conocer muy bien su territorio y su entorno natural. Al compartir información sobre la biodiversidad local, los recursos naturales y las prácticas de turismo responsable, pueden ayudar a las personas visitantes a sentirse más conectadas con el destino. Cuando las personas que hacen turismo comprenden mejor el entorno local, es más probable que se comporten de forma respetuosa y responsable. Esta información puede compartirse de maneras prácticas. Por ejemplo, los alojamientos pueden ofrecer folletos que den a conocer los ecosistemas y la fauna locales, así como formas sencillas de protegerlos. Las visitas guiadas son también una forma eficaz de educar a las personas visitantes, ya que permiten explicaciones más detalladas e interacción. Además, las empresas pueden promover otras actividades sostenibles y recomendar entidades colaboradoras de la zona ambientalmente responsables.

2 Diseñar y ofrecer actividades turísticas respetuosas con la biodiversidad

Las empresas deben garantizar que las actividades turísticas que ofrecen y promueven no dañen los ecosistemas ni contribuyan a una explotación insostenible de los recursos naturales. Las actividades turísticas pueden ejercer presión sobre los entornos naturales si están mal diseñadas o gestionadas. Por ello, las pymes deben evaluar los impactos ambientales de las actividades que ofrecen y priorizar aquellas que minimicen los daños a la biodiversidad y a los paisajes naturales. Esto implica determinar si las actividades se realizan en zonas sensibles, como espacios protegidos o zonas costeras. Si se detectan riesgos, las empresas deberían modificar la actividad o elegir ubicaciones alternativas menos sensibles desde el punto de vista ambiental. Además, deberían trabajar con proveedores y entidades colaboradoras responsables que sigan estándares ambientales y principios de conservación. Turoperadores, guías y alojamientos pueden colaborar con las autoridades de los espacios protegidos, las organizaciones que conservan la naturaleza y las comunidades locales para garantizar que las actividades turísticas sean compatibles con la conservación de la biodiversidad.

3 Mejorar la eficiencia en el uso de los recursos y reducir la huella ambiental

El uso eficiente de los recursos naturales es esencial para reducir la presión sobre los ecosistemas. Las pymes turísticas pueden aplicar medidas para reducir el consumo de agua, el uso de energía y los residuos materiales en sus actividades e instalaciones. El ahorro de agua puede lograrse instalando

duchas y grifos de bajo caudal, recogiendo agua de lluvia para el riego y animando a las personas alojadas a reutilizar toallas y ropa de cama. Las medidas de eficiencia energética pueden incluir el uso de iluminación de bajo consumo, la instalación de sistemas de calefacción inteligentes, la mejora del aislamiento de los edificios y la adopción de fuentes de energía renovable, como los paneles solares. Reducir los residuos es otra forma importante de disminuir la huella ambiental. Las pymes pueden minimizar los plásticos de un solo uso, disponer contenedores de reciclaje y tratar de evitar el desperdicio alimentario. Al mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, las empresas turísticas pueden reducir sus costes operativos y, al mismo tiempo, su huella ambiental.

Aplicación en los sectores turísticos

Este principio puede aplicarse en distintos sectores turísticos, y cada sector ofrece oportunidades únicas para apoyar la conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales.

Ecoturismo

Según las Naciones Unidas (ONU), el ecoturismo es un turismo de naturaleza centrado en la observación y la apreciación de los entornos naturales y las culturas locales, que minimiza el impacto ambiental y apoya los esfuerzos de conservación. Incluye también elementos educativos e interpretativos y, a menudo, lo ofrecen pequeñas empresas locales. Dado este enfoque, la conservación de la biodiversidad y de los recursos naturales es fundamental para el ecoturismo. Las pymes de este sector suelen ser ya conscientes de la necesidad de minimizar su impacto ambiental e integran activamente la sostenibilidad en sus estrategias y actividades empresariales.

Turismo cultural

Según la ONU, el turismo cultural comprende actividades en las que las personas visitantes buscan aprender, descubrir y experimentar el patrimonio cultural material e inmaterial de un destino, incluidas sus tradiciones, su patrimonio, sus artes y sus formas de vida. El patrimonio cultural suele estar estrechamente vinculado a los entornos naturales y a los conocimientos tradicionales sobre la gestión de los recursos. Muchos sitios culturales se encuentran en zonas moldeadas por los ecosistemas locales. Las pymes turísticas pueden apoyar la biodiversidad promoviendo alimentos, artesanía y productos sostenibles de producción local que dependen de recursos naturales gestionados de forma responsable. Al apoyar a las personas productoras locales y los conocimientos tradicionales, las empresas contribuyen a preservar tanto el patrimonio cultural como la biodiversidad. Las empresas de turismo cultural también pueden animar a las personas visitantes a explorar los paisajes culturales de forma responsable, lo que ayuda a preservar tanto el patrimonio local como los entornos naturales que lo sustentan.

Turismo de aventura

El turismo de aventura se desarrolla normalmente en paisajes naturales e incluye actividades físicas como el senderismo, la escalada, el rafting o el buceo. A menudo combina el reto físico con la interacción y la conexión con la naturaleza. Como estas actividades se realizan directamente en entornos naturales, ofrecen grandes oportunidades para promover comportamientos responsables. Las pymes desempeñan un papel importante a la hora de concienciar a las personas visitantes sobre la

protección de la biodiversidad y los recursos naturales. En la práctica, esto puede incluir animarlas a respetar la fauna (por ejemplo, no alimentar a los animales del entorno), a no salirse de los senderos señalizados para evitar la erosión y a no dejar basura. Con estas acciones, las empresas contribuyen a que las generaciones futuras puedan disfrutar de los entornos naturales de forma sostenible.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Evaluar los impactos sobre la biodiversidad y los recursos	Revisa tu actividad actual para identificar cómo puede afectar tu empresa a la biodiversidad, los ecosistemas y los recursos naturales locales. Ten en cuenta los impactos directos (por ejemplo, el uso de agua, la generación de residuos o las actividades de las personas visitantes) e indirectos (por ejemplo, las cadenas de suministro, el transporte o las compras). Identifica las áreas clave de mejora y establece una situación de partida para futuras actuaciones.
Paso 2: Fijar objetivos de conservación de la biodiversidad y los recursos	Define objetivos realistas y medibles acordes con las actividades de tu empresa. Algunos ejemplos pueden ser reducir el consumo de agua, eliminar los plásticos de un solo uso, adquirir productos más sostenibles, apoyar iniciativas locales de conservación o aumentar la sensibilización de las personas visitantes sobre la biodiversidad.
Paso 3: Adaptar la operativa y los servicios turísticos	Integra las consideraciones sobre biodiversidad en la actividad diaria y en las experiencias turísticas. Esto puede implicar reducir el consumo de recursos, seleccionar proveedores sostenibles, rediseñar las actividades para minimizar las alteraciones ambientales o introducir prácticas respetuosas con la biodiversidad en instalaciones y servicios.
Paso 4: Informar e implicar a las personas visitantes	Ofrece a las personas visitantes información sobre los ecosistemas, la fauna y los comportamientos responsables. Fomenta prácticas como no salirse de los senderos señalizados, reducir los residuos, respetar la fauna y apoyar los esfuerzos locales de conservación.
Paso 5: Formar al personal y colaborar con las partes interesadas	Sensibiliza al personal sobre la biodiversidad y la gestión de los recursos naturales. Trabaja con proveedores, organizaciones de conservación, entidades gestoras de espacios protegidos, comunidades locales y otras partes interesadas para reforzar la protección de la biodiversidad y compartir buenas prácticas.
Paso 6: Supervisar los avances y medir el impacto	Haz un seguimiento de los avances mediante indicadores sencillos, como el consumo de agua y energía, la generación de residuos, la participación de las personas visitantes en iniciativas ambientales, las actividades relacionadas con la biodiversidad que se ofrecen o las alianzas establecidas con organizaciones de conservación. Un seguimiento periódico ayuda a identificar los logros y las áreas de mejora.
Paso 7: Comunicar y mejorar continuamente	Comparte tus acciones y logros con las personas visitantes, las entidades colaboradoras y las comunidades locales a través de la web, las redes sociales, declaraciones de sostenibilidad o la comunicación in situ. Utiliza las opiniones recibidas y los resultados del seguimiento para perfeccionar tu enfoque e identificar nuevas oportunidades de apoyar la conservación de la biodiversidad.

Esta hoja de ruta ofrece una orientación práctica para aplicar el principio de Biodiversidad y recursos naturales en tu organización. Para un enfoque más amplio que integre la sostenibilidad en todos los ámbitos de tu empresa, consulta el Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad que figura al final de este Marco.

Resumen

Definición	*El principio de Biodiversidad y recursos naturales hace referencia a la protección, la gestión responsable y el uso sostenible de los ecosistemas, las especies y los recursos naturales que sustentan los destinos turísticos y las comunidades locales*
Acciones clave	• Informar a las personas visitantes sobre la biodiversidad y los recursos naturales locales • Diseñar y ofrecer actividades turísticas respetuosas con la biodiversidad • Mejorar la eficiencia en el uso de los recursos y reducir la huella ambiental
Principios relacionados	• Responsabilidad ambiental • Gestión sostenible de los recursos • Acción climática y resiliencia

03

PRINCIPIO 3

Sostenibilidad cultural

Principio 3: Sostenibilidad cultural

Definición

En el turismo, la sostenibilidad cultural hace referencia a la protección, la preservación y la integración significativa del patrimonio cultural, las identidades, las tradiciones y las expresiones creativas en el desarrollo y las experiencias turísticas. Garantiza que las actividades turísticas respeten la integridad cultural de los destinos, contribuyan a salvaguardar el patrimonio material e inmaterial y favorezcan la continuidad de las prácticas culturales entre generaciones. En el contexto de las pymes turísticas, la sostenibilidad cultural implica reconocer la cultura no como un mero recurso de consumo, sino como una dimensión viva y en evolución de las comunidades, que exige respeto, colaboración y una gestión responsable. Supone trabajar con los agentes locales para garantizar que los elementos culturales se representen con rigor, se interpreten con respeto y se compartan de forma que generen valor para las comunidades que los custodian.

Este principio subraya también la importancia de evitar la mercantilización, la simplificación o la distorsión de la cultura. Las experiencias turísticas no deben reducir la cultura a relatos estereotipados o comercializados, sino reflejar su diversidad, su complejidad y su vigencia actual. Por tanto, la sostenibilidad cultural exige un equilibrio entre la accesibilidad para las personas visitantes y la autenticidad para las comunidades locales. Aplicar este principio significa que las pymes turísticas contribuyen a mantener la diversidad cultural, reforzar la identidad local y lograr que el turismo sea un motor de continuidad cultural y no de erosión. De este modo, las empresas ayudan a crear experiencias auténticas para las personas visitantes y, al mismo tiempo, apoyan la vida de las comunidades locales a largo plazo.

Importancia

La sostenibilidad cultural es un pilar fundamental del turismo sostenible, ya que aborda la relación entre el desarrollo turístico y la preservación de la identidad cultural, el patrimonio y el bienestar de la comunidad. En toda Europa, el turismo está estrechamente vinculado a activos culturales como los lugares históricos, las tradiciones, la gastronomía, las lenguas y las industrias creativas, que contribuyen de forma significativa a la identidad regional y al atractivo de los destinos. Sin embargo, el turismo también puede generar presiones sobre los sistemas culturales si no se gestiona de forma responsable. Estas presiones pueden incluir el uso excesivo de los lugares patrimoniales, la pérdida de autenticidad por la comercialización, el desplazamiento de las prácticas locales y la transformación de culturas vivas en representaciones simplificadas o escenificadas, pensadas principalmente para las personas visitantes. En algunos casos, el turismo puede contribuir a la erosión de la identidad local, sobre todo cuando los relatos externos y los intereses comerciales se imponen a las voces locales y a las prioridades de la comunidad.

La sostenibilidad cultural trata de afrontar estos retos garantizando que el turismo respete, proteja y celebre las características culturales que hacen únicos a los destinos. Esto exige una colaboración activa con las comunidades locales, las organizaciones culturales, artistas, artesanas y artesanos, profesionales

del patrimonio y otras partes interesadas, para garantizar que los elementos culturales se representen con rigor, se interpreten con respeto y se compartan de forma que generen valor para la población local. Cuando se gestiona de forma responsable, el turismo puede desempeñar un papel positivo en favor de la sostenibilidad cultural:

- Revitalizando las prácticas y oficios tradicionales;
- Favoreciendo la transmisión cultural entre generaciones;
- Creando oportunidades económicas vinculadas a la producción cultural;
- Aumentando la sensibilización y el aprecio por la diversidad cultural;
- Reforzando el orgullo y la identidad de la comunidad.

Beneficios para las pymes

Integrar la sostenibilidad cultural en la actividad turística ofrece varios beneficios a las pymes:

- ✓ **Diferenciación y competitividad:** las experiencias auténticas y arraigadas en el territorio son cada vez más valoradas por las personas visitantes que buscan viajes significativos e inmersivos. Al mostrar la cultura local de forma respetuosa y atractiva, las pymes pueden diferenciarse de la competencia y reforzar su posicionamiento en el mercado.
- ✓ **Vínculos más sólidos con las comunidades locales**: una relación significativa con las comunidades locales, las organizaciones culturales y los agentes del patrimonio ayuda a generar confianza, reforzar alianzas y crear oportunidades de colaboración. Estas relaciones pueden mejorar la calidad y la autenticidad de las experiencias turísticas y, al mismo tiempo, apoyar el desarrollo local.
- ✓ **Resiliencia y atractivo del destino a largo plazo**: proteger los activos culturales ayuda a mantener el carácter y la identidad propios de los destinos. Al contribuir a la preservación del patrimonio cultural y las tradiciones, las pymes favorecen el atractivo, la resiliencia y la sostenibilidad a largo plazo de los lugares en los que operan.
- ✓ **Alineación con las nuevas tendencias del mercado y de las políticas**: el turismo cultural responsable está cada vez más reconocido y promovido a escala europea e internacional. Las pymes que integran la sostenibilidad cultural en su actividad están en mejor posición para responder a la evolución de las expectativas de las personas visitantes, acceder a oportunidades de financiación, establecer alianzas estratégicas y alinearse con prioridades de sostenibilidad más amplias.

Acciones clave para las pymes

1 Integrar el patrimonio cultural local en los productos y servicios turísticos

Las pymes deberían diseñar experiencias que reflejen las características culturales específicas del destino, como sus tradiciones, su historia, su gastronomía, su lengua y sus expresiones creativas. Esto exige ir más allá de las ofertas genéricas e incorporar elementos propios del lugar. En la práctica, puede consistir en desarrollar experiencias guiadas basadas en relatos locales, incorporar recetas tradicionales a los servicios de hostelería o dar a conocer la artesanía y las prácticas artísticas locales. La colaboración con personas expertas y agentes culturales locales es esencial para garantizar la autenticidad.

2 Colaborar con los agentes culturales y las comunidades locales

Las empresas turísticas deberían implicar activamente a las comunidades locales, las organizaciones culturales, artistas, artesanas y artesanos y profesionales del patrimonio en el diseño y la prestación de las experiencias turísticas. Esta colaboración garantiza una representación cultural rigurosa y respetuosa y, a la vez, permite a los agentes locales beneficiarse económica y socialmente del turismo. Puede incluir la cocreación de productos, eventos conjuntos o alianzas a largo plazo.

3 Apoyar y promover la producción cultural local

Las pymes deberían priorizar el uso y la promoción de bienes y servicios de producción local, como alimentos, artesanía, productos artísticos y actividades culturales. Esto no solo apoya la economía local, sino que también contribuye a preservar los conocimientos y métodos de producción tradicionales. Por ejemplo, ofrecer productos de proximidad o trabajar con personas productoras locales refuerza el vínculo entre turismo y sostenibilidad cultural.

4 Ofrecer una interpretación rigurosa, contextualizada y respetuosa

Las personas visitantes deberían recibir información que les ayude a comprender el significado cultural del destino. Esto incluye aportar contexto, evitar estereotipos y explicar qué comportamientos son adecuados. La interpretación puede adoptar la forma de visitas guiadas, materiales informativos, narración de historias (storytelling) o herramientas digitales. El objetivo es fomentar la comprensión y el respeto, y no un consumo superficial.

5 Garantizar una representación ética y evitar la mercantilización de la cultura

Las pymes deberían analizar críticamente cómo se presentan los elementos culturales y garantizar que no se explotan, se distorsionan ni se reducen a productos puramente comerciales.

Esto implica respetar las sensibilidades culturales, reconocer que las tradiciones pertenecen a la comunidad y evitar prácticas que puedan percibirse como inadecuadas o extractivas.

Aplicación en los sectores turísticos

Ecoturismo

En el ecoturismo, la sostenibilidad cultural está estrechamente vinculada a la relación entre las comunidades y su entorno natural. Las pymes turísticas que operan en zonas rurales o espacios protegidos pueden integrar los conocimientos ecológicos tradicionales en las experiencias de las personas visitantes, ayudándoles a comprender cómo las comunidades locales se han relacionado históricamente con los recursos naturales y cómo los han gestionado. Esto puede implicar colaborar con la población residente para explicar prácticas tradicionales de uso del suelo, como la agricultura, la silvicultura o el pastoreo, u ofrecer talleres que den a conocer saberes tradicionales como la medicina herbal, la conservación de alimentos o la artesanía. Por ejemplo, un *eco alojamiento* puede organizar visitas con agricultores, agricultoras o pastores de la zona, para que las personas visitantes comprendan cómo las prácticas culturales han dado forma al paisaje circundante y siguen contribuyendo hoy a su cuidado.

Turismo cultural

El turismo cultural depende directamente del patrimonio, las tradiciones y la identidad local, por lo que la sostenibilidad cultural resulta especialmente importante. Las pymes turísticas pueden apoyar este principio trabajando estrechamente con historiadoras e historiadores locales, organizaciones culturales, artistas y miembros de la comunidad para garantizar que las experiencias turísticas reflejen perspectivas locales auténticas. Esto puede implicar cocrear los contenidos de las visitas, incorporar voces diversas en el relato y garantizar que las actividades de las personas visitantes respeten la vida cotidiana de la población residente. Por ejemplo, una visita guiada desarrollada junto con miembros de la comunidad puede ayudar a las personas visitantes a comprender tanto el significado histórico de un lugar como su vigencia cultural actual, lo que da lugar a una experiencia más rica y significativa.

Turismo de aventura

En el turismo de aventura, la sostenibilidad cultural puede enriquecer la experiencia de las personas visitantes al reforzar la conexión entre las actividades físicas y los lugares donde se desarrollan. Las pymes turísticas pueden incorporar relatos, tradiciones y enclaves culturales locales a las rutas de senderismo, ciclismo, rafting u otras experiencias de aventura, ayudando a las personas visitantes a apreciar más profundamente el destino. Las empresas también pueden colaborar con las comunidades locales en servicios de alojamiento, restauración o guía, garantizando que el turismo genere beneficios a escala local y favorezca la continuidad cultural. Por ejemplo, una empresa de turismo de montaña puede incluir visitas a pueblos de la zona dentro de una ruta de trekking, de modo que las personas visitantes puedan relacionarse con la población residente y conocer las costumbres y tradiciones locales junto con la actividad al aire libre.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Identificar los activos culturales	Elabora un mapa de los recursos culturales materiales e inmateriales relevantes para tus actividades turísticas, como sitios patrimoniales, tradiciones, artesanía, gastronomía, lenguas y relatos locales.
Paso 2: Implicar a las comunidades y a los agentes culturales	Consulta a las comunidades locales, las organizaciones culturales, artistas, artesanas y artesanos y personas expertas en patrimonio para garantizar una representación rigurosa y respetuosa.
Paso 3: Integrar la cultura en las experiencias turísticas	Desarrolla productos y servicios que incorporen de forma auténtica elementos culturales locales y reflejen la identidad propia del destino.
Paso 4: Formar al personal e informar a las personas visitantes	Desarrolla productos y servicios que incorporen de forma auténtica elementos culturales locales y reflejen la identidad propia del destino.
Paso 5: Apoyar la producción cultural local	Prioriza siempre que sea posible a proveedores, personas productoras, artistas y agentes culturales locales para reforzar los ecosistemas culturales del territorio.

Paso 6: Supervisar y mejorar	Recoge las opiniones de las personas visitantes, las comunidades y los agentes culturales para evaluar la autenticidad, la satisfacción de las personas visitantes y los beneficios para la comunidad. Usa las conclusiones para mejorar continuamente tu enfoque.

Resumen

Definición	Preservación, promoción e integración respetuosa del patrimonio y la identidad culturales en las actividades turísticas.
Acciones clave	• Integrar la cultura local en las experiencias turísticas. • Colaborar con las comunidades locales. • Ofrecer a las personas visitantes información cultural respetuosa y rigurosa.
Principios relacionados	• Empoderamiento comunitario e inclusión social • Educación y participación de las personas visitantes • Biodiversidad y recursos naturales

04

PRINCIPIO 4

Gestión sostenible de los recursos

Principio 4: Gestión sostenible de los recursos

Definición

La gestión sostenible de los recursos consiste en utilizar los recursos naturales de forma responsable, satisfaciendo las necesidades actuales y preservándolos para las generaciones futuras (Naciones Unidas). Marcos internacionales como la Clasificación Marco de las Naciones Unidas para los Recursos (CMNU) y el Sistema de Gestión de Recursos de las Naciones Unidas (UNRMS) promueven una gestión sostenible y eficiente de los recursos naturales en todos los sectores.

En el sector turístico, esto implica equilibrar el crecimiento económico con la protección ambiental y la responsabilidad social, garantizando que las actividades turísticas utilicen los recursos de forma eficiente y minimicen los impactos negativos sobre los destinos y las comunidades locales. Para las pymes turísticas, la gestión sostenible de los recursos se centra en reducir el consumo de energía, agua y materiales, y en minimizar los residuos y la contaminación. Anima a las empresas a mejorar su eficiencia operativa, adoptar prácticas más sostenibles y aprovechar mejor los recursos disponibles sin comprometer la calidad de la experiencia de las personas visitantes.

Para ser eficaz, la gestión sostenible de los recursos debe integrarse tanto en las estrategias empresariales como en la actividad diaria. De este modo, las pymes turísticas pueden reducir costes, reforzar su resiliencia y contribuir a la sostenibilidad a largo plazo de los destinos de los que dependen.

Importancia

Afrontar los retos ambientales, sociales y económicos

La gestión sostenible de los recursos es un principio clave para afrontar muchos de los retos ambientales, sociales y económicos a los que se enfrenta hoy el sector turístico. Las actividades turísticas suelen requerir cantidades importantes de energía, agua, materiales e infraestructuras, lo que presiona los recursos y ecosistemas locales si no se gestionan de forma responsable.

Desde una perspectiva ambiental, el turismo puede aumentar la demanda de recursos naturales y contribuir a la generación de residuos, la contaminación y la degradación de los ecosistemas. Algunos ejemplos son el elevado consumo de agua en piscinas, jardines e instalaciones de alojamiento en zonas que ya sufren escasez hídrica, así como las importantes necesidades energéticas asociadas al transporte, los servicios de hostelería y las infraestructuras turísticas. Si no se gestionan, estas presiones pueden contribuir al agotamiento de los recursos y a daños ambientales a largo plazo.

El consumo de recursos también puede generar retos sociales y culturales. En los destinos con recursos limitados, el aumento de la demanda turística puede ejercer una presión adicional sobre las comunidades locales y contribuir al encarecimiento del coste de la vida. Una mala gestión de los recursos también puede afectar negativamente a los activos culturales y patrimoniales a causa de la

contaminación, la masificación y la degradación ambiental, lo que reduce con el tiempo la calidad y el atractivo de los destinos. Al mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, las pymes turísticas pueden ayudar a reducir estas presiones y contribuir a la protección de los activos naturales y culturales. Por tanto, la gestión sostenible de los recursos desempeña un papel importante tanto en la sostenibilidad de los destinos como en la resiliencia empresarial a largo plazo.

Beneficios para las pymes

Integrar la gestión sostenible de los recursos en la actividad empresarial ofrece varios beneficios a las pymes turísticas.

- ✓ Ahorro de costes: reducir el consumo de energía, agua y materiales puede disminuir de forma significativa los costes operativos. Aunque algunas medidas requieran una inversión inicial, como mejorar el aislamiento, instalar sistemas de energía renovable o renovar los equipos, estas mejoras suelen generar ahorro considerable a largo plazo.
- ✓ Mayor eficiencia operativa: el uso eficiente de los recursos ayuda a las empresas a racionalizar su actividad, reducir los residuos y mejorar su rendimiento general. Esto puede traducirse en una mejor planificación de los recursos, menores costes de mantenimiento y una gestión diaria más eficaz.
- ✓ Ventaja competitiva: la sostenibilidad es un factor cada vez más importante en las decisiones de las personas visitantes. Las empresas turísticas que aplican y dan a conocer prácticas de gestión sostenible de los recursos pueden reforzar su reputación, atraer a personas viajeras con conciencia ambiental y diferenciarse de la competencia.
- ✓ Mayor resiliencia empresarial: reducir la dependencia de recursos escasos o caros ayuda a las empresas a adaptarse al aumento de los costes, a los cambios normativos y a futuras limitaciones de recursos. Esto refuerza la resiliencia a largo plazo y favorece un crecimiento empresarial sostenible.

Acciones clave para las pymes

¿Qué puede hacer tu empresa en la práctica? Estas son algunas acciones sencillas que puedes empezar a aplicar hoy mismo:

1 Mejorar la eficiencia energética y avanzar hacia las energías renovables

El primer paso para las pymes es evaluar su consumo energético actual e identificar las áreas en las que puede mejorarse la eficiencia. Las mejoras pueden aplicarse a distintos niveles, como el aislamiento (por ejemplo, sustituyendo ventanas), los sistemas de iluminación (por ejemplo, instalando iluminación LED o sensores de movimiento) y la optimización de la calefacción (por ejemplo, bombas de calor o termostatos programables o inteligentes). Siempre que sea posible, las pymes deberían pasarse a fuentes de energía renovable, como los paneles solares, para reducir sus emisiones de carbono y sus costes energéticos a largo plazo.

2 Reducir el consumo de agua y mejorar su gestión

El agua es un recurso fundamental en el turismo, especialmente en el sector de la hostelería. Las pymes pueden reducir su consumo instalando grifos y duchas de bajo caudal y utilizando señales visuales sencillas (por ejemplo, grifos que cambian de color o cartelería) para fomentar un uso más responsable

entre las personas alojadas. Otras medidas pueden incluir la reutilización del agua de lluvia para el riego o los jardines. El mantenimiento periódico también es esencial para evitar fugas y garantizar un uso eficiente del agua.

3 Mejorar la gestión de residuos (prácticas circulares)

La gestión de residuos es un reto clave en el turismo. Las pymes deberían tratar de reducir los residuos en origen evitando los productos de un solo uso, especialmente los plásticos, y optando por alternativas reutilizables. Es fundamental implantar sistemas de reciclaje claros tanto para las personas alojadas como para el personal. El compostaje de los residuos orgánicos, sobre todo en los servicios de restauración, puede reducir considerablemente el volumen total de residuos. Las pymes también pueden adoptar prácticas circulares reutilizando materiales, reparando equipos y trabajando con proveedores que minimicen los envases.

4 Adquirir productos de forma responsable

La compra responsable es una parte importante de la gestión sostenible de los recursos. Las pymes deberían priorizar los productos locales, de temporada y de producción sostenible, lo que ayuda a reducir las emisiones del transporte y apoya la economía local. Elegir productos certificados o con etiqueta ecológica permite garantizar que cumplen estándares ambientales. Además, gestionar el inventario de forma eficiente y evitar las compras excesivas puede ayudar a reducir los residuos y el uso innecesario de recursos.

Aplicación en los sectores turísticos

La gestión sostenible de los recursos puede aplicarse en distintos sectores turísticos, cada uno de los cuales presenta retos y oportunidades específicos en función de su relación con los recursos naturales y culturales.

Ecoturismo

La gestión sostenible de los recursos es un principio central del ecoturismo, que busca minimizar los impactos ambientales y contribuir a la conservación de los espacios naturales y al bienestar de las comunidades locales. Según el estudio *«Ecotourism as a sustainable development strategy: Exploring the role of natural resource management»* (2024), las iniciativas de ecoturismo bien gestionadas pueden contribuir directamente al desarrollo sostenible de los recursos naturales al apoyar los esfuerzos de conservación, generar beneficios económicos y aumentar la sensibilización ambiental de las personas visitantes y de las comunidades locales (Tilavova et al.).

Una de las principales conclusiones del estudio es la importancia de implicar a la comunidad local en la planificación, el desarrollo y la gestión de las actividades turísticas. Implicar a las comunidades locales ayuda a garantizar que las estrategias de gestión de los recursos se adapten al contexto local y, al mismo tiempo, generen beneficios sociales y económicos. El estudio destaca también el valor de los enfoques de gestión adaptativa, que animan a las pymes turísticas a supervisar periódicamente su impacto ambiental y a ajustar sus prácticas cuando sea necesario. Por ejemplo, las empresas pueden limitar el número de visitantes en zonas sensibles, modificar las actividades en determinadas épocas del año para proteger la fauna o aplicar medidas para reducir el consumo de recursos y los residuos.

Turismo cultural

En el turismo cultural, la gestión sostenible de los recursos se centra en preservar el patrimonio cultural y garantizar que las actividades turísticas no desborden a las comunidades locales ni dañen los bienes históricos. En este contexto, los recursos incluyen espacios físicos como monumentos y museos, pero también el patrimonio inmaterial, como las tradiciones, las lenguas y los conocimientos locales. Uno de los principales retos del turismo cultural es gestionar el número de visitantes para evitar las aglomeraciones y la masificación turística. Los grandes volúmenes de turistas pueden provocar daños físicos en el patrimonio, un aumento de los residuos y la contaminación y alteraciones en la vida local. Al igual que en el ecoturismo, las pymes pueden abordar este problema aplicando estrategias de gestión de visitantes (por ejemplo, promoviendo los viajes en temporada baja).

Turismo de aventura

El turismo de aventura se desarrolla a menudo en entornos naturales remotos o frágiles, como montañas, bosques, ríos o zonas costeras. Estos lugares pueden ser especialmente vulnerables a los daños ambientales, y la gestión de los recursos puede resultar más complicada por la escasez de infraestructuras y las dificultades de acceso. Las pymes de este sector deben adoptar prácticas de gestión de los recursos que minimicen su huella ambiental. La gestión de residuos es esencial: las empresas deberían aplicar los principios de «no dejar rastro» (leave no trace), garantizando que todos los residuos se reduzcan al máximo y se retiren de la naturaleza. Esto incluye, por ejemplo, minimizar los envases y utilizar equipos reutilizables.

Además, las pymes deben gestionar con cuidado la intensidad y la escala de las actividades para evitar un uso excesivo de los espacios naturales. Una vez más, esto puede implicar limitar y regular el tamaño de los grupos a lo largo de la temporada o evitar por completo los ecosistemas sensibles. De este modo, contribuyen a preservar los recursos naturales de los que dependen sus empresas y garantizan su sostenibilidad a largo plazo.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Evaluar el uso actual de los recursos	Revisa cómo utiliza actualmente tu empresa la energía, el agua, los materiales y otros recursos clave. Identifica las áreas de mayor consumo, las ineficiencias y las oportunidades de mejora.
Paso 2: Fijar objetivos claros y alcanzables	Establece objetivos de sostenibilidad realistas, como reducir el consumo de agua, mejorar la eficiencia energética, minimizar los residuos o aumentar el uso de productos y servicios sostenibles.
Paso 3: Mejorar la eficiencia operativa	Aplica medidas prácticas para optimizar la actividad diaria. Esto puede incluir renovar los equipos, mejorar el aislamiento, reducir el consumo innecesario e introducir procesos más eficientes.
Paso 4: Adoptar recursos sostenibles y prácticas circulares	Siempre que sea posible, pásate a las energías renovables, los productos con etiqueta ecológica, los materiales reutilizables y los productos de proximidad. Explora oportunidades para reducir los residuos mediante la reutilización, la reparación, el reciclaje y otras prácticas circulares.

Paso 5: Formar al personal e implicar a las partes interesadas	Asegúrate de que el personal comprende las prácticas de sostenibilidad y su papel en su aplicación. Implica a proveedores, entidades colaboradoras y agentes locales para favorecer una actividad sostenible y eficiente en el uso de los recursos.
Paso 6: Supervisar el desempeño y medir los avances	Haz un seguimiento de los avances mediante indicadores como el consumo de energía, el uso del agua, la generación de residuos, las tasas de reciclaje o las prácticas de compra. Utiliza los resultados para identificar los logros y las áreas que requieren nuevas mejoras.
Paso 7: Comunicar los avances y fomentar la participación	Comparte las acciones y los logros en materia de sostenibilidad con las personas visitantes, el personal, los proveedores y las comunidades locales a través de la web, las redes sociales, declaraciones de sostenibilidad o la comunicación in situ. Anima a otras personas y entidades a participar en tus esfuerzos de sostenibilidad y a apoyarlos.

Resumen

Definición	La gestión sostenible de los recursos consiste en utilizar la energía, el agua, los materiales y otros recursos de forma eficiente para satisfacer las necesidades actuales, preservándolos para las generaciones futuras.
Acciones clave	• Mejorar la eficiencia energética y avanzar hacia las energías renovables • Reducir el consumo de agua y mejorar su gestión • Mejorar la gestión de residuos y adoptar prácticas circulares • Adquirir productos de forma responsable
Principios vinculados	• Responsabilidad ambiental • Biodiversidad y recursos naturales • Acción climática y resiliencia

05

PRINCIPIO 5

Empoderamiento comunitario e inclusión social

Principio 5: Empoderamiento comunitario e inclusión social

Definición

En el turismo, el empoderamiento comunitario y la inclusión social hacen referencia a la participación, la representación justa y el beneficio real de las comunidades locales y de los grupos infrarrepresentados en la planificación, la prestación de servicios, el empleo y la toma de decisiones del turismo. En el contexto del turismo sostenible, este principio implica que el turismo no debe desarrollarse solo para los lugares y las personas, sino también con ellos. Para las pymes turísticas, supone reconocer que la actividad turística tiene consecuencias sociales, además de económicas y ambientales. Una empresa turística socialmente inclusiva trata de reducir las barreras a la participación, crear oportunidades dignas y justas, valorar el conocimiento local y garantizar que la población local no sea tratada simplemente como prestadora de servicios o como decorado de fondo de la experiencia turística. Al contrario, se la reconoce como titular de derechos, socia, depositaria de conocimientos, trabajadora, emprendedora y cocreadora del valor turístico.

El empoderamiento comunitario va más allá de la consulta. Significa permitir que la población local influya en las decisiones que le afectan, participe en las oportunidades relacionadas con el turismo en condiciones justas y refuerce sus propias capacidades, su confianza y su capacidad de agencia a través del turismo. La inclusión social significa garantizar que el turismo sea accesible y beneficioso para las personas que a menudo quedan excluidas o marginadas, como las mujeres, la juventud, las personas mayores, las personas con discapacidad, las personas migrantes, las minorías étnicas, los colectivos con bajos ingresos, las personas trabajadoras de temporada o la población de zonas rurales remotas. En la práctica, una pyme turística que aplica este principio se planteará preguntas como: ¿quién se beneficia de nuestra empresa?, ¿quién queda fuera?, ¿participa la población local en la configuración de la oferta turística?, ¿son justos e inclusivos los procesos de contratación, las condiciones laborales y las alianzas?, ¿son accesibles nuestros servicios para distintos perfiles de visitantes y participantes locales?, ¿estamos contribuyendo al valor social local o solo extrayendo valor del destino?

Por tanto, el empoderamiento comunitario y la inclusión social son esenciales para un modelo turístico justo, arraigado en el territorio, participativo y resiliente. Ayudan a las pymes a crear experiencias turísticas que no solo resulten atractivas para las personas visitantes, sino que también sean legítimas, fiables y beneficiosas para las comunidades en las que operan.

Importancia

Afrontar los retos sociales y comunitarios

Este principio es importante porque el turismo puede tanto fortalecer a las comunidades como agravar las desigualdades existentes. En muchos destinos, el turismo crea empleo, genera ingresos y da visibilidad a los lugares. Sin embargo, si se gestiona mal, también puede excluir a la población residente

de la toma de decisiones, concentrar los beneficios en pocas manos, aumentar la presión sobre la vivienda y los servicios, reforzar estereotipos, crear empleo mal remunerado o precario y reducir el control de la comunidad sobre el desarrollo local.

Desde la perspectiva de la sostenibilidad, el turismo no puede considerarse verdaderamente sostenible si sus beneficios sociales son escasos, desiguales o acaparados desde fuera. Un destino puede parecer atractivo desde el punto de vista ambiental y activo desde el económico y, aun así, ser socialmente frágil si la población residente se siente excluida, si las personas trabajadoras locales reciben un mal trato o si el desarrollo turístico debilita la cohesión de la comunidad. Por ello, la dimensión social del turismo es tan importante como la ambiental.

Para las pymes, el empoderamiento comunitario y la inclusión social no son solo responsabilidades éticas, sino también consideraciones empresariales prácticas. Las empresas turísticas dependen de la calidad, la estabilidad y el atractivo de los lugares donde operan. Si la población residente percibe el turismo como injusto, extractivo o perturbador, pueden aumentar las tensiones sociales y resentirse la reputación del destino. En cambio, cuando las comunidades se sienten implicadas y respetadas, es más probable que las empresas obtengan confianza, apoyo local, alianzas más sólidas y un entorno operativo más resiliente.

Beneficios para las pymes

Integrar el empoderamiento comunitario y la inclusión social en la actividad turística ofrece varios beneficios a las pymes.

- ✓ Mayor legitimidad empresarial y confianza local: las empresas que trabajan de forma transparente con las comunidades locales tienen más probabilidades de ganar credibilidad, confianza y relaciones positivas a largo plazo. Esto puede reducir los conflictos, reforzar el apoyo local y crear un entorno operativo más estable.
- ✓ Experiencias de mayor calidad y más singulares: cuando la población local participa en la configuración de las experiencias turísticas, estas tienden a ser más auténticas, pertinentes y arraigadas en el lugar. Esto puede mejorar la satisfacción de las personas visitantes y ayudar a las empresas a diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.
- ✓ Acceso al conocimiento y al talento locales: las empresas inclusivas están en mejor posición para identificar necesidades de la comunidad, activos ocultos, proveedores locales y personas cualificadas que, de otro modo, podrían pasar desapercibidas. Esto puede reforzar la innovación, mejorar la calidad del servicio y crear nuevas oportunidades de colaboración.
- ✓ Mayor fidelización del personal y una cultura laboral más sólida: las prácticas de empleo justas, la contratación inclusiva y unas condiciones laborales respetuosas pueden mejorar la retención del personal, su motivación y el bienestar general en el trabajo. Esto contribuye a un mejor desempeño organizativo y a mejores experiencias para las personas visitantes.
- ✓ Alineación con las nuevas expectativas del mercado y de las políticas: en toda Europa, el turismo responsable se vincula cada vez más con el valor social, la accesibilidad, la equidad y la participación comunitaria. Las pymes que incorporan estos principios desde el principio están en mejor posición para responder a la evolución de las expectativas de las personas visitantes, a las oportunidades de financiación, a las alianzas y a las prioridades de sostenibilidad.

El empoderamiento comunitario y la inclusión social son importantes porque el turismo debe contribuir a destinos que no solo se visiten, sino en los que también se viva bien. Una pyme turística que ignora la dimensión social puede obtener beneficios a corto plazo, pero debilitar los cimientos del destino a largo plazo. Una pyme turística que apoya el empoderamiento y la inclusión contribuye a crear lugares más equitativos, resilientes y capaces de sostener el turismo a lo largo del tiempo.

Acciones clave para las pymes

1 Implicar a las comunidades locales en el diseño y la revisión de las experiencias turísticas

Las pymes deberían crear oportunidades periódicas para que la población residente, los colectivos comunitarios, las asociaciones culturales y los proveedores locales aporten ideas y opiniones. Esto debería ocurrir desde el principio, y no solo cuando los productos ya están diseñados. En la práctica, puede consistir en celebrar reuniones comunitarias de temporada, crear grupos asesores, consultar a las asociaciones vecinales o trabajar directamente con centros educativos, cooperativas, asociaciones de mujeres, organizaciones juveniles u organizaciones de personas con discapacidad. El objetivo es identificar las prioridades de la comunidad, las sensibilidades locales, los activos que pasan desapercibidos y los posibles riesgos.

Esta acción ayuda a las pymes a pasar de un modelo puramente orientado al mercado a otro más atento al territorio. Además, mejora la calidad de los productos turísticos al basarlos en la realidad local y no en suposiciones externas.

2 Aplicar prácticas de empleo inclusivas y justas

Las pymes deberían garantizar que la contratación, las condiciones laborales, las oportunidades de promoción y la cultura de trabajo sean justas e inclusivas. Esto significa ir más allá de los mínimos legales y preguntarse si la empresa es realmente accesible y acogedora para una mayor diversidad de personas trabajadoras. Algunos ejemplos son redactar las ofertas de empleo en un lenguaje claro, ofrecer horarios flexibles cuando sea posible, garantizar la igualdad salarial por un trabajo de igual valor, hacer que los canales de contratación sean accesibles para la población local, adaptar los puestos de trabajo para las personas con discapacidad y ofrecer mentoría o formación al personal con poca experiencia previa en turismo.

Esta acción es especialmente importante en el turismo, donde el trabajo de temporada, los salarios bajos, el empleo informal y la desigualdad de oportunidades pueden ser habituales. Las pymes que mejoran la equidad en el empleo contribuyen directamente a la sostenibilidad social.

3 Establecer alianzas que generen valor local compartido

Las pymes deberían priorizar las alianzas con empresas locales, empresas sociales, asociaciones, personas productoras, guías, artistas y prestadores de servicios cuyo trabajo contribuya al tejido social del destino. Esto puede implicar abastecerse de proveedores locales, organizar eventos junto con organizaciones comunitarias, apoyar las fiestas locales, desarrollar ofertas conjuntas con empresas sociales o colaborar con ONG que trabajan por la inclusión y el empleo. El objetivo no es solo «comprar local», sino generar relaciones mutuamente beneficiosas que refuercen la economía del destino y la vida comunitaria. Las alianzas sólidas también ayudan a las pymes a acceder a nuevos conocimientos, mejorar su credibilidad y distribuir de forma más justa los beneficios del turismo.

4 Mejorar la accesibilidad y la inclusión en los servicios a las personas visitantes

La inclusión social se aplica también a la experiencia de las personas visitantes. Las pymes deberían revisar si sus servicios son accesibles para distintos colectivos desde el punto de vista físico, económico, digital y social. Esto puede incluir mejorar el acceso sin escalones, ofrecer información en formatos de lectura fácil, formar al personal en comunicación inclusiva, tener en cuenta las necesidades sensoriales, aplicar precios transparentes, ofrecer opciones de participación más breves o económicas y garantizar que las imágenes y el lenguaje del marketing no excluyan a determinados públicos.

El diseño inclusivo no solo beneficia a colectivos concretos, sino que mejora también la calidad y la facilidad de uso de los servicios en general.

5 Supervisar quién se beneficia de la actividad turística

Las pymes deberían comprobar si los beneficios del turismo llegan a la población local y a colectivos diversos. Sin algún tipo de seguimiento, las buenas intenciones pueden quedarse en algo superficial. Algunos indicadores útiles pueden ser el porcentaje de personal local, el gasto en proveedores locales, el número de alianzas con la comunidad, la diversidad del personal, las mejoras de accesibilidad aplicadas, la colaboración continuada con organizaciones locales o las opiniones de la comunidad recibidas y atendidas. El seguimiento ayuda a las pymes a detectar carencias, demostrar avances y mejorar la rendición de cuentas.

Aplicación en los sectores turísticos

Ecoturismo

En el ecoturismo, el empoderamiento comunitario y la inclusión social deberían reflejarse en la forma de planificar, dotar de personal y gestionar las experiencias de naturaleza. Las pymes turísticas deberían implicar activamente a las comunidades locales en el diseño y la prestación de las actividades turísticas, garantizando que la población residente se beneficie de las oportunidades de empleo, el desarrollo de competencias y los ingresos derivados del turismo. Esto puede suponer trabajar con agricultores y agricultoras, organizaciones ambientales, artesanas y artesanos o colectivos de la comunidad para desarrollar experiencias que reflejen el conocimiento y las prioridades locales. Por ejemplo, una empresa de observación de aves que opere en un humedal podría formar a jóvenes de la zona como guías auxiliares, abastecerse de productos de personas productoras cercanas y consultar a la población residente sobre las prácticas de gestión de visitantes. Estos enfoques ayudan a crear experiencias turísticas sostenibles tanto desde el punto de vista ambiental como social, y refuerzan el sentimiento de pertenencia y el apoyo de la comunidad.

Turismo cultural

En el turismo cultural, el empoderamiento comunitario y la inclusión social son especialmente importantes, porque el turismo suele basarse en la identidad, el patrimonio, las tradiciones y las vivencias locales. Las pymes turísticas deberían garantizar que la población local desempeñe un papel significativo a la hora de decidir cómo se presentan sus historias, su cultura y su patrimonio a las personas visitantes. Esto puede implicar colaborar con la población residente, historiadoras e historiadores locales, artistas, intérpretes y organizaciones culturales para desarrollar experiencias turísticas auténticas y respetuosas. Por ejemplo, una empresa turística que opere en un antiguo barrio

industrial podría codiseñar rutas con antiguas trabajadoras y trabajadores, asociaciones locales y comunidades migrantes que contribuyeron a dar forma a la zona. Este enfoque garantiza que las personas visitantes comprendan mejor el destino, al tiempo que las voces locales siguen siendo el eje de la experiencia.

Turismo de aventura

El turismo de aventura se desarrolla a menudo en zonas rurales, de montaña, costeras o forestales, donde las comunidades locales se ven directamente afectadas por la actividad de las personas visitantes y por el desarrollo turístico. Por ello, el empoderamiento comunitario debería integrarse en el modelo de negocio, en lugar de tratarse como una actividad aparte. Las pymes turísticas pueden favorecer la inclusión contratando y formando a la población residente, trabajando con proveedores y prestadores de servicios locales e implicando a las comunidades en las decisiones que afectan al uso del suelo y a la gestión de visitantes. Por ejemplo, una empresa de barranquismo que opere en un valle rural podría colaborar con las autoridades locales y la población residente para gestionar la presión de visitantes, formar a mujeres de la zona como monitoras auxiliares y ofrecer programas de habilidades al aire libre para la juventud local. Estas iniciativas ayudan a que los beneficios del turismo se repartan de forma más amplia y contribuyen a la resiliencia de las comunidades locales a largo plazo.

En los tres sectores turísticos, el principio clave es el mismo: el empoderamiento comunitario y la inclusión social deberían ser visibles no solo en los valores de la empresa, sino también en quién participa, quién contribuye, quién se beneficia y quién ayuda a dar forma al desarrollo turístico a lo largo del tiempo.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Elaborar un mapa de las partes interesadas	Identifica a las personas y colectivos relacionados con tu actividad turística, como la población residente, el personal, los proveedores, las organizaciones comunitarias, los centros educativos, las autoridades locales, las personas referentes de la comunidad, los colectivos vulnerables y las voces infrarrepresentadas. Comprender a quién afecta el turismo, quién contribuye a él y quién se beneficia es el primer paso hacia una toma de decisiones más inclusiva.
Paso 2: Identificar barreras y carencias	Revisa dónde puede estar produciéndose exclusión. Pregúntate: • ¿Quién no participa en la planificación? • ¿Quién tiene un acceso limitado al empleo o a la formación? • ¿Qué personas visitantes pueden encontrar barreras de accesibilidad? • ¿Qué colectivos locales no están presentes en las alianzas?
Paso 3: Fijar objetivos de inclusión y empoderamiento	Establece prioridades realistas y medibles para los próximos 6-12 meses. Los objetivos pueden incluir aumentar el gasto en proveedores locales, contratar a más personal local, mejorar la accesibilidad, establecer alianzas con la comunidad o formar al personal en prácticas inclusivas.
Paso 4: Crear mecanismos de participación	Crea oportunidades para que las comunidades y las partes interesadas aporten ideas, opiniones y perspectivas. Esto puede incluir reuniones comunitarias, encuestas, grupos asesores, alianzas, iniciativas piloto o canales permanentes de opinión que favorezcan una participación significativa.

Paso 5: Incorporar prácticas inclusivas	Incorpora el principio a la práctica diaria. Esto puede incluir: • Procesos de contratación inclusivos • Acogida del personal • Selección de proveedores • Comunicación con las personas visitantes • Diseño de productos • Mejoras de accesibilidad • Actividades de colaboración con la comunidad
Paso 6: Formar y sensibilizar	Asegúrate de que el personal comprende la inclusión, la comunicación respetuosa, la sensibilidad hacia lo local, la equidad en la prestación del servicio y los objetivos sociales de la empresa.
Paso 7: Supervisar los avances y los resultados	Haz un seguimiento de un número reducido de indicadores para valorar los avances e identificar áreas de mejora. Algunos ejemplos pueden ser el número de alianzas con la comunidad establecidas, el porcentaje de personal local, las tasas de retención del personal, las mejoras de accesibilidad aplicadas, las opiniones recibidas de la comunidad y la diversidad de participantes, personal o colaboradores.

Esta hoja de ruta ofrece una orientación práctica para aplicar el principio de Empoderamiento comunitario e inclusión social en tu organización. Para un enfoque más amplio que integre la sostenibilidad en todos los ámbitos de tu empresa, consulta el Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad que figura al final de este Marco.

Resumen

Definición	Garantizar que las comunidades locales y los grupos infrarrepresentados puedan participar de forma justa en la planificación, el empleo, las alianzas, los servicios y los beneficios del turismo.
Acciones clave	• Implicar a las comunidades locales en el diseño y la revisión de la oferta turística. • Aplicar prácticas de empleo inclusivas y justas. • Establecer alianzas que generen valor local compartido. • Mejorar la accesibilidad y la inclusión en los servicios a las personas visitantes. • Supervisar quién se beneficia de la actividad turística.
Principios vinculados	• Sostenibilidad cultural. • Educación y participación de las personas visitantes. • Innovación y herramientas para la transición verde.

06

PRINCIPIO 6

Acción climática y resiliencia

Principio 6: Acción climática y resiliencia

Definición

La acción climática hace referencia a las medidas prácticas adoptadas para responder al cambio climático mediante la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, la limitación de las presiones ambientales y la mejora de la capacidad de las personas, las empresas y los ecosistemas para hacer frente a los retos climáticos, ahora y en el futuro. Está en consonancia con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, en particular con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 13: Acción por el clima, que pide adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (Naciones Unidas, 2015). La acción climática se basa, en general, en dos enfoques complementarios: la mitigación y la adaptación. La mitigación se centra en reducir las causas del cambio climático disminuyendo las emisiones de gases de efecto invernadero, mientras que la adaptación consiste en anticipar los impactos climáticos y actuar para minimizar los riesgos y responder eficazmente a las condiciones cambiantes (Agencia Europea de Medio Ambiente, 2024).

La adaptación está estrechamente vinculada a la resiliencia, que es la capacidad de los sistemas sociales, económicos y ambientales para resistir las perturbaciones climáticas, responder a ellas y recuperarse, manteniendo sus funciones esenciales (IPCC, 2018). El turismo depende en gran medida de unas condiciones meteorológicas estables, unos ecosistemas sanos, unas infraestructuras fiables y unos patrones de viaje previsibles. El aumento de las temperaturas, los fenómenos meteorológicos extremos, la escasez de agua, la pérdida de biodiversidad y los cambios en el comportamiento de las personas visitantes afectan cada vez más a la calidad, la seguridad y la rentabilidad de las actividades turísticas. Estos retos pueden ser especialmente importantes para las pymes, que a menudo disponen de menos recursos económicos y humanos para responder a perturbaciones repentinas.

Por tanto, la Acción climática y resiliencia hace referencia a la integración de medidas de mitigación y adaptación en la actividad turística, reforzando al mismo tiempo la capacidad de las pymes turísticas para anticipar los retos climáticos, responder a ellos y recuperarse. Actuando hoy, las empresas turísticas pueden reducir su impacto ambiental, mejorar la continuidad de su negocio, proteger los recursos locales y contribuir a la sostenibilidad de los destinos a largo plazo.

Importancia

Afrontar los retos ambientales, culturales y sociales

La acción climática y la resiliencia abordan una amplia gama de retos interconectados que afectan directamente a las empresas turísticas, a los destinos y a las comunidades locales.

Desde una perspectiva ambiental, el cambio climático está contribuyendo al aumento de la temperatura, a cambios en la estacionalidad turística, a fenómenos meteorológicos extremos más frecuentes e intensos, a la escasez de agua y a la pérdida de biodiversidad. En los destinos urbanos,

presiones climáticas como las islas de calor y el aumento de la demanda de refrigeración y de recursos hídricos son cada vez más habituales. Estos impactos pueden plantear retos importantes para la actividad turística, como daños en las infraestructuras, una menor accesibilidad, mayores costes operativos y una mayor presión sobre los recursos naturales.

Desde una perspectiva social, el cambio climático puede agravar las desigualdades y vulnerabilidades existentes, especialmente para las comunidades locales y las personas trabajadoras que dependen del turismo. Las pymes y las personas trabajadoras de temporada suelen estar entre las más expuestas a las perturbaciones provocadas por fenómenos meteorológicos extremos o por los cambios en los patrones de visita, y disponen de menos recursos para absorber las crisis económicas. Estos impactos pueden traducirse en inestabilidad laboral, menores ingresos y una mayor presión sobre los medios de vida locales. Los retos climáticos también pueden afectar a la salud pública y al bienestar a través de problemas como las enfermedades relacionadas con el calor, la escasez de agua y la inseguridad alimentaria, con consecuencias tanto para la población residente como para las personas visitantes.

Desde una perspectiva cultural, el cambio climático amenaza los monumentos, los paisajes tradicionales y las prácticas culturales estrechamente vinculadas a las condiciones ambientales locales. La degradación ambiental, las catástrofes naturales y los cambios en los flujos turísticos pueden ejercer una presión considerable sobre el patrimonio cultural y la identidad de la comunidad. Por tanto, la acción climática es esencial no solo para proteger los ecosistemas, sino también para salvaguardar los activos culturales, preservar las tradiciones locales y mantener el atractivo y la autenticidad de los destinos turísticos a largo plazo.

Estos impactos ambientales, sociales y culturales deben entenderse como riesgos empresariales que afectan a toda la cadena de valor turística, incluidos los proveedores, el personal, las infraestructuras, la experiencia de las personas visitantes y la competitividad del destino.

Beneficios para las pymes

La acción climática y la resiliencia no deberían verse como una limitación para las pymes, sino como una palanca estratégica de competitividad, viabilidad a largo plazo y adaptación a un entorno turístico en rápida transformación:

- ✓ Continuidad del negocio y reducción de riesgos: al anticiparse y prepararse ante perturbaciones climáticas como fenómenos meteorológicos extremos, olas de calor o escasez de agua, las pymes pueden reducir la probabilidad de interrupciones de su actividad, cancelaciones y daños en las infraestructuras. Este enfoque proactivo refuerza su capacidad para mantener una actividad estable durante todo el año, incluso en unas condiciones ambientales cada vez más inciertas.
- ✓ Ahorro de costes y mayor eficiencia: medidas como reducir el consumo energético, mejorar la gestión del agua o invertir en energías renovables pueden reducir de forma significativa los costes operativos con el tiempo. Para las pymes, que a menudo trabajan con márgenes limitados, estos ahorros pueden mejorar directamente su estabilidad financiera y su competitividad.
- ✓ Posicionamiento en el mercado y atractivo para la clientela: las personas viajeras son cada vez más sensibles a las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad y responsabilidad climática. Las pymes que demuestran compromisos concretos con el clima pueden reforzar su reputación,

atraer a clientela con conciencia ambiental y diferenciarse en un mercado turístico competitivo. Demostrar resiliencia y una adaptación proactiva mejora la capacidad de una empresa para establecer alianzas más sólidas en las redes del destino e integrarse de forma más eficaz en las cadenas de valor del turismo sostenible.

Acciones clave para las pymes

1 Reforzar la resiliencia climática mediante medidas de adaptación

Para seguir siendo competitivas en un clima cambiante, las pymes turísticas deberían evaluar los riesgos ambientales que pueden afectar a sus actividades, como las olas de calor, las inundaciones, las tormentas y la escasez de agua, y aplicar medidas específicas de adaptación. Esto puede implicar identificar los riesgos climáticos en sus ubicaciones, operaciones y cadenas de suministro, mejorar la resiliencia de las infraestructuras mediante medidas como sistemas de drenaje, zonas de sombra o soluciones de refrigeración, y asegurar el acceso a recursos críticos como el agua y la energía. Las empresas también pueden necesitar adaptar sus servicios, sus periodos de apertura o sus productos turísticos a las nuevas condiciones climáticas, y diversificar actividades, segmentos de clientela o temporadas para reducir su dependencia de una demanda sensible al clima. Las soluciones basadas en la naturaleza, como plantar árboles, crear zonas verdes o recuperar superficies permeables, pueden reforzar aún más la resiliencia y, al mismo tiempo, mejorar las condiciones ambientales locales.

2 Desarrollar una actividad baja en carbono

Las pymes turísticas pueden reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero integrando opciones bajas en carbono en su actividad diaria, incluidos el transporte, las compras y el diseño de los servicios. Esto puede implicar animar a las personas visitantes y al personal a utilizar opciones de transporte de bajas emisiones, como el transporte público, la bicicleta o los servicios de movilidad compartida, priorizar el abastecimiento local y de temporada para reducir las emisiones del transporte y diseñar experiencias turísticas que minimicen los desplazamientos y el impacto ambiental. Colaborar con proveedores que siguen prácticas sostenibles y bajas en carbono puede reducir aún más las emisiones a lo largo de la cadena de valor.

3 Mejorar la gestión energética

El uso de la energía es un ámbito clave tanto para reducir las emisiones como para reforzar la resiliencia empresarial. Gestionar la energía de forma más eficiente puede reducir los costes operativos y limitar la exposición a la volatilidad de los precios de la energía. Las pymes turísticas pueden mejorar su desempeño energético controlando y supervisando el consumo, mejorando el aislamiento y los equipos, optimizando los sistemas de calefacción y refrigeración según las necesidades de cada temporada y pasándose a fuentes de energía renovable cuando sea viable.

4 Reforzar la gestión de los recursos

El uso eficiente de los recursos favorece tanto la mitigación como la adaptación al cambio climático, ya que reduce el impacto ambiental y mejora la estabilidad operativa. Las pymes turísticas deberían supervisar y gestionar el consumo de agua, especialmente en periodos de escasez, y reducir los residuos mejorando la separación y el reciclaje y evitando los productos de un solo uso. Priorizar materiales duraderos, reutilizables y que se pueden reparar, junto con prácticas de compra más resilientes, puede

ayudar a reducir la dependencia de cadenas de suministro débiles y mejorar la sostenibilidad a largo plazo.

5 Implicar a las personas y a las entidades colaboradoras

Para ser eficaz a lo largo del tiempo, la acción climática requiere la implicación activa del personal, los proveedores, la clientela y otras partes interesadas. Las pymes turísticas deberían formar a su personal en temas como la eficiencia energética, el ahorro de agua y la preparación ante los riesgos climáticos, y colaborar con sus proveedores para mejorar la sostenibilidad y la resiliencia a lo largo de la cadena de valor. Las empresas también pueden animar a las personas visitantes a adoptar comportamientos responsables, como reducir el uso de energía y agua o elegir opciones de transporte bajas en carbono, y deberían comunicar sus acciones y avances climáticos de forma clara y transparente.

Aplicación en los sectores turísticos

Este principio puede aplicarse en distintos sectores turísticos, cada uno de los cuales ofrece vías específicas para afrontar el cambio climático mediante la mitigación, la adaptación y el refuerzo de la resiliencia, en función de su relación con los recursos naturales, las infraestructuras y la participación de las personas visitantes.

Ecoturismo

El ecoturismo está intrínsecamente ligado a los entornos naturales, que se ven directamente afectados por el cambio climático. Esto genera grandes oportunidades para acciones tanto de mitigación como de adaptación. Las pymes turísticas de este sector pueden reducir su huella de carbono mediante una actividad de bajo impacto, el uso de energías renovables y opciones de transporte sostenible. Al mismo tiempo, pueden contribuir a la adaptación climática protegiendo los ecosistemas que actúan como amortiguadores naturales (por ejemplo, bosques y humedales) y ajustando y diversificando sus actividades ante las condiciones ambientales cambiantes o modificando sus itinerarios. Además, el ecoturismo ofrece grandes oportunidades de aprendizaje, ya que ayuda a las personas visitantes a comprender los impactos del cambio climático y fomenta cambios de comportamiento duraderos. Por tanto, las pymes de este sector no son solo operadoras, sino también facilitadoras de la conciencia climática y la resiliencia local.

Turismo cultural

El turismo cultural está vinculado al patrimonio material e inmaterial, que puede verse cada vez más afectado por el cambio climático a causa de fenómenos meteorológicos extremos, el deterioro de los monumentos o los cambios en los medios de vida locales. Las pymes pueden contribuir a la mitigación promoviendo productos locales, cadenas de suministro cortas y experiencias de bajo impacto, reduciendo así las emisiones asociadas al transporte y a los patrones de consumo. En cuanto a la adaptación, los agentes del turismo cultural pueden necesitar ajustar la forma de preservar el patrimonio y de acceder a él, por ejemplo, adaptando los periodos de apertura, protegiendo los sitios frente a los riesgos climáticos o integrando consideraciones climáticas en las estrategias de gestión del patrimonio.

El turismo cultural contribuye también a la resiliencia al preservar conocimientos y prácticas tradicionales que a menudo están estrechamente adaptados a las condiciones ambientales locales, como la gestión del agua, la agricultura o las técnicas de construcción. Estas prácticas pueden aportar enseñanzas valiosas para la adaptación climática. Además, este sector puede sensibilizar a las personas visitantes sobre los vínculos entre el cambio climático, el patrimonio y las comunidades locales, fomentando comportamientos más responsables y respetuosos.

Turismo de aventura

El turismo de aventura se desarrolla en entornos dinámicos y a menudo frágiles, como montañas, zonas costeras, bosques o ríos, muy expuestos a la variabilidad climática y a los fenómenos extremos. Esto hace que tanto la adaptación como la resiliencia sean fundamentales en el sector. Las pymes deben ajustar continuamente sus actividades a las condiciones cambiantes, como la alteración de los patrones meteorológicos, el aumento de los riesgos (por ejemplo, desprendimientos o inundaciones) o la menor accesibilidad de determinados lugares. Los esfuerzos de mitigación en este sector incluyen reducir la huella ambiental de las actividades mediante soluciones de transporte sostenible, un uso responsable de los equipos y una actividad eficiente desde el punto de vista energético. Sin embargo, dada la naturaleza del turismo de aventura, la adaptación suele ser la prioridad, lo que requiere una planificación flexible, estrategias de gestión de riesgos y capacidad para responder con rapidez a los cambios ambientales.

El turismo de aventura desempeña también un papel importante en el refuerzo de la resiliencia, al informar a las personas visitantes sobre los riesgos climáticos, la seguridad y el comportamiento responsable en los entornos naturales. Guías y empresas operadoras actúan como intermediarias entre las personas visitantes y el entorno, promoviendo la conciencia sobre los impactos climáticos y fomentando prácticas que reducen la presión sobre los ecosistemas. Esto contribuye no solo a la protección ambiental, sino también a la viabilidad de las actividades turísticas a largo plazo.

Hoja de ruta para la implementación

La Acción climática y resiliencia abarca dos enfoques complementarios: la adaptación y la mitigación. Aunque ambos contribuyen a que las empresas turísticas sean más sostenibles y resilientes, abordan retos distintos y, por tanto, requieren procesos de implementación diferentes. Las siguientes hojas de ruta ofrecen una orientación práctica a las pymes turísticas que deseen reforzar su resiliencia frente a los riesgos climáticos y, al mismo tiempo, reducir su impacto ambiental.

Estrategia de adaptación

Paso 1: Definir el alcance	Delimita el alcance de tu empresa, incluidas las instalaciones, los servicios, las entidades colaboradoras y la cadena de valor en su conjunto. Ten en cuenta a los proveedores, las actividades in situ y los servicios de apoyo.
Paso 2: Identificar y evaluar los riesgos y las vulnerabilidades	Identifica los principales peligros climáticos que afectan a tu empresa, como las olas de calor, las inundaciones, las tormentas o la escasez de agua. Evalúa cómo podrían afectar estos riesgos a la actividad, las infraestructuras, el personal, las personas visitantes y las cadenas de suministro.

Paso 3: Evaluar la capacidad de adaptación	Revisa tu capacidad actual para hacer frente a los riesgos climáticos. Ten en cuenta los recursos, las competencias, la capacidad financiera, las infraestructuras, las alianzas y los mecanismos de apoyo existentes.
Paso 4: Priorizar los riesgos clave	Céntrate en los riesgos con mayor probabilidad de afectar a la continuidad del negocio, a la seguridad de las personas visitantes o a la sostenibilidad a largo plazo.
Paso 5: Fijar objetivos y acciones de adaptación	Define objetivos e identifica medidas de adaptación prácticas, como mejorar la resiliencia de las infraestructuras, asegurar los recursos críticos, diversificar las actividades turísticas, reforzar las cadenas de suministro o aplicar soluciones basadas en la naturaleza.
Paso 6: Supervisar y mejorar	Revisa periódicamente la eficacia de las medidas de adaptación, especialmente después de fenómenos meteorológicos extremos. Utiliza las lecciones aprendidas para perfeccionar y reforzar tu enfoque.
Paso 7: Comunicar los avances	Comparte de forma transparente las acciones y los logros en materia de adaptación con el personal, la clientela, los proveedores y otras partes interesadas.

Estrategia de mitigación:

Paso 1: Comprender los impactos del cambio climático	Identifica cómo afecta el cambio climático a tu actividad, tus costes, tu clientela y tu cadena de suministro, y conoce las oportunidades asociadas a la reducción de emisiones.
Paso 2: Generar un compromiso interno	Implica a la dirección y al personal en los esfuerzos de acción climática y asigna responsabilidades de implementación y seguimiento.
Paso 3: Definir el alcance y los límites:	Determina qué actividades se incluirán en tu enfoque de reducción de emisiones, como los edificios, el uso de energía, el transporte, las compras y los residuos.
Paso 4: Medir la situación de partida de tus emisiones	Calcula una estimación de las emisiones de gases de efecto invernadero e identifica sus principales fuentes en la actividad de la empresa.
Paso 5: Priorizar las fuentes de emisión y fijar metas	Céntrate en las fuentes de emisión más significativas y establece metas de reducción realistas a corto, medio y largo plazo.
Paso 6: Aplicar acciones de reducción	Introduce medidas como mejoras de eficiencia energética, adopción de energías renovables, soluciones de transporte bajas en carbono, compras sostenibles e iniciativas de reducción de residuos.
Paso 7: Supervisar, informar y mejorar	Haz un seguimiento de las emisiones a lo largo del tiempo, revisa los avances, comunica los resultados y mejora continuamente el desempeño. Compensa únicamente las emisiones residuales una vez agotados los esfuerzos de reducción.

En ambos enfoques, las acciones deberían priorizarse a lo largo del tiempo: empezando por medidas a corto plazo, avanzando hacia intervenciones más estructuradas a medio plazo y, por último, apoyando cambios transformadores a más largo plazo en la actividad empresarial y en los modelos turísticos.

Esta hoja de ruta ofrece una orientación práctica para aplicar el principio de Acción climática y resiliencia en tu organización. Para un enfoque más amplio que integre la sostenibilidad en todos los ámbitos de tu empresa, consulta el Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad que figura al final de este Marco.

Resumen

Definición	La Acción climática y resiliencia hace referencia a las medidas que reducen el impacto ambiental y, al mismo tiempo, refuerzan la capacidad de las empresas turísticas para adaptarse a los retos climáticos, mantener la continuidad del negocio y contribuir a la sostenibilidad de los destinos a largo plazo.
Acciones clave	• Reforzar la resiliencia climática mediante medidas de adaptación y una gestión eficaz de los recursos. • Reducir las emisiones mediante una actividad baja en carbono y eficiente desde el punto de vista energético. • Mejorar la eficiencia energética y en el uso de los recursos en todas las actividades de la empresa. • Implicar a las personas y reforzar la acción colectiva a lo largo de la cadena de valor.
Marcos vinculados	• Responsabilidad Ambiental. • Biodiversidad y recursos naturales. • Gestión sostenible de los recursos.

07

PRINCIPIO 7

Educación y participación de las personas visitantes

Principio 7: Educación y participación de las personas visitantes

Definición

En el turismo, la educación y la participación de las personas visitantes hacen referencia a los esfuerzos deliberados y estructurados de las empresas turísticas para informar, inspirar e implicar activamente al visitante en la comprensión y el apoyo de prácticas sostenibles durante su experiencia de viaje. Este principio va más allá de proporcionar información y busca influir en su sensibilización, actitudes y comportamientos de manera que contribuyan positivamente a la sostenibilidad ambiental, cultural y social. En el contexto de las pymes turísticas, la educación del turista consiste en comunicar información pertinente, rigurosa y accesible sobre el destino, incluidos sus características ambientales, su patrimonio cultural, sus comunidades locales y sus retos en cuanto a la sostenibilidad. La participación, por su parte, se centra en crear oportunidades para que intervenga activamente en prácticas responsables, en lugar de limitarse a consumir experiencias de forma pasiva.

Este principio reconoce que las personas visitantes son agentes clave del sistema turístico. Sus comportamientos, como el consumo de recursos, la generación de residuos, la relación con las comunidades locales y el respeto por los bienes culturales y ambientales, tienen un impacto directo en la sostenibilidad de los destinos. Por tanto, las empresas turísticas desempeñan un papel importante en la forma de entender y practicar el turismo. Para las pymes turísticas, aplicar este principio significa diseñar experiencias que no solo informen y entretengan, sino que también fomenten la sensibilización, la responsabilidad y una conexión significativa con los lugares visitados. Implica integrar mensajes de sostenibilidad a lo largo de todo el recorrido del turista, desde la comunicación previa a la llegada hasta la interpretación in situ y el seguimiento posterior a la visita, ayudándole a comprender su papel y fomentando un comportamiento más responsable.

Importancia

Afrontar los retos ambientales, culturales y sociales

La educación y la participación de las personas visitantes son esenciales, porque los impactos del turismo no los generan solo las empresas, sino también el comportamiento de quienes visitan. Incluso la actividad turística más sostenible puede verse comprometida si turistas desconocen las normas locales, las sensibilidades ambientales, las costumbres culturales o las expectativas de la comunidad.

Desde una perspectiva ambiental, el comportamiento de las personas visitantes puede influir de forma significativa en el estado de los recursos naturales y los ecosistemas. Actividades como tirar basura, consumir agua y energía en exceso, molestar a la fauna, dañar la vegetación o no respetar los itinerarios señalizados pueden ejercer una presión considerable sobre los destinos, especialmente en zonas ambientalmente sensibles. Informar a las visitas sobre estas cuestiones ayuda a reducir el impacto negativo y fomenta una relación más responsable con los entornos naturales.

Desde una perspectiva cultural, la falta de conocimiento o de comprensión puede contribuir a la erosión de las tradiciones locales, a la falta de respeto hacia las prácticas culturales y a comportamientos inadecuados en monumentos, espacios religiosos o actos comunitarios. La educación del turista ayuda a fomentar su aprecio por la identidad, el patrimonio y las costumbres locales, y favorece una relación respetuosa y significativa con el lugar visitado que les acoge.

Desde una perspectiva social, el comportamiento del turista puede influir en su relación con la población residente. Los malentendidos, las conductas inadecuadas o la falta de respeto por los modos de vida locales pueden generar tensiones y afectar negativamente a la percepción que la comunidad tiene del turismo. Al ofrecer pautas claras y oportunidades de relacionarse de forma positiva con los destinos, las pymes turísticas pueden ayudar a reforzar la relación entre visitantes y comunidades locales y favorecer un desarrollo turístico más inclusivo y responsable.

Beneficios para las pymes

Integrar la educación y la participación del turismo en las experiencias turísticas ofrece varios beneficios a las pymes:

- ✓ **Mejorar la calidad de la experiencia del turista**: se buscan cada vez más experiencias significativas, auténticas y educativas. Ofrecer contexto, interpretación y oportunidades de participación puede profundizar su comprensión, reforzar su vínculo emocional y mejorar su satisfacción general.
- ✓ **Reducir el impacto negativo y los riesgos operativos**: las personas visitantes bien informadas tienen más probabilidades de ser más responsables, respetar a las comunidades locales y minimizar los impactos negativos sobre los recursos naturales y culturales. Esto puede ayudar a reducir las dificultades de gestión y favorecer la sostenibilidad del destino.
- ✓ **Reforzar la identidad y el posicionamiento de marca**: las empresas que promueven activamente el turismo responsable y la sostenibilidad pueden diferenciarse en un mercado competitivo y atraer a personas viajeras comprometidas con la sostenibilidad.
- ✓ **Fomentar la repetición de visitas y las buenas recomendaciones**: las personas visitantes que se sienten conectadas con un destino y comprenden su valor ambiental, cultural y social tienen más probabilidades de volver, recomendar la experiencia y convertirse en defensoras del turismo responsable.

Acciones clave para las pymes

1 Ofrecer información clara y accesible sobre sostenibilidad antes y durante la visita

Las pymes deberían comunicar la información esencial sobre sus prácticas de sostenibilidad, las condiciones del lugar y el comportamiento que se espera de las personas visitantes en las distintas etapas de su recorrido. Esto incluye la web, las confirmaciones de reserva, los materiales de bienvenida, la señalización y la interacción con el personal. La información debe ser clara, concisa y adaptada a los distintos públicos. Por ejemplo, las indicaciones sobre el uso del agua en zonas propensas a la sequía, las normas de separación de residuos o el comportamiento respetuoso en espacios culturales o naturales deberían ser fáciles de entender y estar visibles en los puntos pertinentes.

2 Integrar la interpretación y la narración de historias en las experiencias turísticas

En lugar de presentar datos aislados, las pymes deberían utilizar técnicas de narración de historias (storytelling) para explicar el significado ambiental, cultural y social del destino. Esto ayuda a comprender por qué importan determinados comportamientos. La interpretación puede incluir visitas guiadas, contenidos digitales, paneles, audioguías o explicaciones informales del personal. El objetivo es crear un relato que conecte emocional e intelectualmente a las personas visitantes con el lugar.

3 Fomentar comportamientos responsables mediante «empujoncitos» (nudges) y herramientas prácticas

Las pymes deberían diseñar sus servicios de forma que a las personas visitantes les resulte más fácil tomar decisiones responsables. Esto puede incluir puntos de recarga de agua, contenedores de reciclaje bien señalizados, materiales reutilizables, propuestas de itinerarios de bajo impacto o recordatorios sobre el comportamiento respetuoso. Los «empujoncitos» conductuales (por ejemplo, mensajes amables, señales visuales u opciones predeterminadas) pueden ser muy eficaces para influir en las acciones del turista sin resultar intrusivos.

4 Crear oportunidades para la participación activa del turista

La participación puede reforzarse implicando directamente a las personas visitantes en actividades relacionadas con la sostenibilidad. Esto puede incluir talleres, oportunidades de voluntariado, eventos locales, iniciativas de ciencia ciudadana o experiencias culturales prácticas. Participar ayuda a dejar de ser observadoras pasivas y convertirse en contribuyentes al destino.

5 Formar al personal para comunicar la sostenibilidad con eficacia

El personal desempeña un papel clave en el comportamiento del turismo. Las pymes deberían garantizar que su equipo comprende los principios de sostenibilidad y es capaz de comunicarlos con claridad, seguridad y respeto. El personal debería estar preparado para responder preguntas, explicar las prácticas locales y fomentar comportamientos responsables de forma positiva y atractiva.

Aplicación en los sectores turísticos

Ecoturismo

En el ecoturismo, la educación y la participación de las personas visitantes suelen ser el eje de la experiencia turística. Las pymes turísticas pueden ayudarles a comprender los ecosistemas, las especies y los retos locales de conservación, al tiempo que fomentan comportamientos que minimizan el impacto ambiental. Los paseos guiados por la naturaleza, las actividades de observación de fauna y los programas de interpretación pueden ofrecer oportunidades para conocer el entorno natural y el papel de cada persona en su protección. Por ejemplo, una empresa de observación de fauna puede proporcionar prismáticos y guías de campo, explicar el comportamiento de las especies y animar al turista a registrar sus avistamientos, convirtiendo la experiencia en una actividad educativa y participativa. Del mismo modo, un eco alojamiento puede ofrecer charlas sobre la biodiversidad local, la escasez de agua o la gestión forestal, ayudando a las personas alojadas a comprender el contexto ambiental del destino y cómo pueden reducir su impacto durante la estancia.

Turismo cultural

En el turismo cultural, la educación y la participación del turismo se centran en desarrollar una comprensión más profunda de la identidad, el patrimonio, las tradiciones y la vida local. Las pymes turísticas pueden ayudar a apreciar el significado cultural de los destinos aportando contexto, fomentando un comportamiento respetuoso y presentando diversas perspectivas. Esto puede implicar interpretar los monumentos, explicar las costumbres locales o poner de relieve la relación entre el turismo y el bienestar de la comunidad. Por ejemplo, una visita guiada a un pueblo histórico puede dar a conocer no solo su arquitectura y su historia, sino también las vivencias de la población residente y el papel que desempeña el turismo en su vida cotidiana. De igual modo, las experiencias gastronómicas pueden brindar la oportunidad de conocer métodos de producción tradicionales, ingredientes de temporada y prácticas culturales, en contacto directo con personas productoras locales.

Turismo de aventura

En el turismo de aventura, la educación del turista suele estar estrechamente vinculada a la seguridad, la responsabilidad ambiental y el respeto por las comunidades locales. Las pymes turísticas pueden ayudar a comprender cómo afectan las acciones del turismo a los entornos naturales y fomentar comportamientos que minimicen el impacto ambiental durante las actividades al aire libre. Las sesiones informativas sobre protección ambiental, gestión de residuos, sensibilidad cultural y ocio responsable pueden integrarse en la experiencia antes y durante las actividades. Por ejemplo, una empresa de guías de montaña puede comenzar cada excursión con unas pautas sobre el cuidado del entorno y el respeto cultural, e incorporar la interpretación a lo largo de toda la actividad. Del mismo modo, una empresa de kayak puede informar a su clientela sobre los ecosistemas marinos y la contaminación por plásticos, animándola a contribuir a los trabajos de conservación mediante iniciativas ambientales de voluntariado.

En todos los sectores turísticos, la educación y la participación del turismo ayudan a que estas dejen de ser consumidoras pasivas y se conviertan en participantes activas de la sostenibilidad. Al aumentar la sensibilización, fomentar comportamientos responsables y crear vínculos significativos con los destinos, las pymes turísticas pueden contribuir a experiencias turísticas más sostenibles y a resultados positivos para las comunidades y los entornos locales.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Evaluar las prácticas actuales	Evalúa tus prácticas actuales de información y participación del turista. Las pymes deberían empezar revisando cómo y dónde se proporciona actualmente la información. Esto incluye la web, los sistemas de reserva, los materiales in situ y la comunicación del personal. El objetivo es detectar carencias, incoherencias o mensajes demasiado complejos que puedan restar eficacia.
Paso 2: Definir los mensajes clave de sostenibilidad	Las empresas deberían identificar los mensajes más importantes que quieren que se comprendan y pongan en práctica. Pueden estar relacionados con la protección ambiental, el respeto cultural, las normas de comportamiento del lugar o el uso de los recursos. Los mensajes deben priorizarse y adaptarse al contexto específico del destino.

Paso 3: Diseñar materiales y herramientas de comunicación	Las pymes deberían elaborar materiales claros y atractivos, como señalización, contenidos digitales, guías impresas o señales visuales. Deben ser accesibles, multilingües cuando sea necesario y adaptados a los distintos perfiles de visitantes.
Paso 4: Integrar la educación a lo largo de todo el recorrido del turista	La información sobre sostenibilidad debería estar presente en todas las etapas de la experiencia: antes de la llegada (correos electrónicos, web), durante la visita (sesiones informativas, señalización, actividades) y después de la partida (comunicación de seguimiento). Esto garantiza la continuidad y el refuerzo de los mensajes.
Paso 5: Formar al personal y desarrollar capacidades	El personal debe recibir formación sobre cómo comunicar con eficacia los mensajes de sostenibilidad. Esto incluye utilizar un lenguaje positivo, adaptarse a los distintos públicos y fomentar comportamientos responsables sin generar confrontación.
Paso 6: Crear oportunidades de participación	Las pymes deben identificar formas sencillas de implicar al visitante, como actividades interactivas, talleres o iniciativas voluntarias. Estas oportunidades de participación deben ser realistas, significativas y coherentes con el modelo de negocio.
Paso 7: Supervisar la participación de las personas visitantes	Las empresas deben observar cómo responden a la información y a las iniciativas de participación. Las opiniones pueden recogerse mediante conversaciones informales, encuestas u observación. Esto ayuda a identificar qué funciona y qué debe mejorarse.
Paso 8: Revisar y mejorar las estrategias de comunicación y participación	A partir de las opiniones recibidas y de la experiencia, las pymes deberían actualizar periódicamente su enfoque, simplificando los mensajes, mejorando las herramientas y adaptándose a las nuevas expectativas del turismo o a los nuevos retos de sostenibilidad.

Resumen

Definición	Este principio consiste en proporcionar al visitante los conocimientos y las oportunidades necesarios para reconocer, valorar y adoptar comportamientos responsables a lo largo de su experiencia turística.
Acciones clave	• Ofrecer información clara sobre sostenibilidad. • Integrar la narración de historias y la interpretación. • Fomentar comportamientos responsables mediante herramientas prácticas.
Marcos vinculados	• Sostenibilidad cultural. • Empoderamiento comunitario e inclusión social. • Biodiversidad y recursos naturales.

08

PRINCIPIO 8

Innovación y herramientas para la transición verde

Principio 8: Innovación y herramientas para la transición verde

Definición

Según la OCDE, la ecoinnovación consiste en desarrollar y aplicar nuevos productos, procesos y métodos organizativos que reducen los impactos ambientales y mejoran la eficiencia en el uso de los recursos (OCDE, 2013). En el sector turístico, la innovación y las herramientas para la transición verde hacen referencia al uso de tecnologías, procesos y modelos de negocio que ayudan a las pymes turísticas a reducir su impacto ambiental, mejorar su eficiencia operativa y apoyar la transición hacia una economía más sostenible y baja en carbono. Estas herramientas pueden incluir sistemas de energía renovable, tecnologías inteligentes de gestión de la energía y el agua, soluciones digitales de gestión de visitantes, herramientas de movilidad sostenible y enfoques innovadores en el diseño de servicios y en la actividad empresarial. Según ONU Turismo, la innovación y la transformación digital pueden favorecer modelos turísticos más eficientes, inclusivos y sostenibles, y contribuir a objetivos de sostenibilidad más amplios (ONU Turismo, 2025).

Para las pymes turísticas, la innovación ofrece oportunidades prácticas para mejorar su desempeño en sostenibilidad, seguir siendo competitivas, responder a la evolución de las expectativas de la clientela y adaptarse a una normativa ambiental en constante cambio. Al apostar por la innovación, las empresas pueden reforzar su resiliencia, mejorar su eficiencia y generar valor a largo plazo tanto para los destinos como para el turismo.

Importancia

Afrontar los retos ambientales, sociales y económicos

La innovación y las herramientas para la transición verde desempeñan un papel crucial a la hora de afrontar muchos de los retos ambientales, sociales y económicos a los que se enfrenta hoy el sector turístico. A medida que los destinos tratan de reducir su huella ambiental sin dejar de ser competitivos y resilientes, las pymes turísticas necesitan cada vez más soluciones prácticas que favorezcan formas de trabajar más sostenibles.

Desde una perspectiva ambiental, el turismo contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero, al consumo de recursos, a la generación de residuos y a la presión sobre los ecosistemas naturales. La innovación puede ayudar a las pymes a reducir estos impactos mediante la adopción de tecnologías más eficientes y prácticas empresariales sostenibles. Algunos ejemplos son los sistemas inteligentes de gestión energética, las tecnologías de energía renovable, los dispositivos de ahorro de agua, las herramientas digitales de seguimiento y las soluciones de reducción de residuos. Estas innovaciones permiten a las empresas mejorar su desempeño ambiental y reducir sus costes operativos.

Desde una perspectiva social, la innovación puede reforzar los vínculos entre las empresas turísticas, las personas visitantes y las comunidades locales. Las plataformas digitales pueden ayudar a promover a

los proveedores locales, apoyar experiencias de turismo comunitario y mejorar la accesibilidad para distintos perfiles de visitantes. La innovación también puede mejorar la comunicación, facilitar la participación de las partes interesadas y crear nuevas oportunidades de participación y colaboración en los destinos.

Desde una perspectiva económica, las pymes turísticas se enfrentan a una presión creciente para seguir siendo competitivas mientras responden a la evolución de las expectativas de consumo, al aumento de los costes operativos y a los cambios en la normativa ambiental. La innovación ofrece a las empresas nuevas formas de mejorar su eficiencia, desarrollar productos y servicios sostenibles, acceder a nuevos mercados y reforzar su resiliencia a largo plazo. Al apostar por la innovación, las pymes pueden adaptarse con mayor eficacia a los nuevos retos y generar valor tanto para las personas visitantes como para los destinos.

Por tanto, la innovación y las herramientas para la transición verde desempeñan un papel importante en el impulso de un sector turístico más sostenible, resiliente y orientado al futuro.

Beneficios para las pymes

Integrar la innovación y las herramientas para la transición verde en la actividad empresarial ofrece varios beneficios a las pymes turísticas:

- ✓ **Mayor eficiencia en el uso de los recursos y ahorro de costes:** las tecnologías innovadoras pueden ayudar a las empresas a reducir el consumo de energía y agua y la generación de residuos, y a disminuir sus costes operativos. Esta mayor eficiencia puede mejorar los resultados económicos y reducir la exposición al aumento de los precios de los recursos.
- ✓ **Mayor competitividad:** cada vez más personas viajeras buscan experiencias turísticas sostenibles y responsables. Las pymes que adoptan soluciones de sostenibilidad innovadoras pueden diferenciarse en el mercado y atraer a visitantes con conciencia ambiental.
- ✓ **Mejor reputación de marca:** las acciones de sostenibilidad visibles y las prácticas innovadoras pueden reforzar la credibilidad de la empresa y demostrar su compromiso con el turismo responsable. Esto puede mejorar la confianza de la clientela, reforzar la identidad de marca y favorecer el crecimiento empresarial a largo plazo.
- ✓ **Acceso a nuevas oportunidades:** las empresas que apuestan por la innovación pueden acceder a oportunidades de financiación centradas en la sostenibilidad, alianzas, sistemas de certificación y redes de turismo verde. Estas oportunidades pueden favorecer la mejora continua y el desarrollo futuro.

Acciones clave para las pymes

1 Adoptar tecnologías eficientes y renovables

Un primer paso práctico para las pymes turísticas es reducir su huella ambiental mediante la adopción de equipos eficientes y soluciones de energía renovable. Esto puede incluir instalar iluminación LED, termostatos inteligentes, sensores de movimiento y sistemas de gestión energética para optimizar el uso de la energía y reducir el despilfarro. Cuando sea viable desde el punto de vista económico y técnico, las empresas también pueden invertir en tecnologías de energía renovable, como los paneles solares, para reducir sus emisiones de carbono y mejorar su seguridad energética. Estas medidas no

solo contribuyen a la sostenibilidad ambiental, sino que también pueden generar ahorros considerables a largo plazo.

2 Utilizar herramientas digitales para supervisar y optimizar el uso de los recursos

Las tecnologías digitales pueden ayudar a las pymes turísticas a comprender y gestionar mejor su impacto ambiental. Al implantar herramientas que supervisan el consumo de energía, el uso del agua y la generación de residuos, las empresas pueden detectar ineficiencias e incidencias, como fugas de agua o un consumo excesivo de recursos, y tomar decisiones mejor fundamentadas. El análisis de datos permite a las pymes hacer un seguimiento de sus avances, medir su desempeño en sostenibilidad y aplicar mejoras específicas que contribuyan tanto a sus objetivos ambientales como económicos.

3 Participar en plataformas digitales y redes de innovación verde

Las pymes turísticas pueden acelerar su transición verde participando en plataformas digitales, redes de innovación e iniciativas centradas en la sostenibilidad. Esto puede incluir dar a conocer sus logros en sostenibilidad a través de plataformas de reserva, unirse a redes de turismo con certificación ecológica como Ecobnb o Green Pearls, o participar en centros de innovación como los Centros Europeos de Innovación Digital (EDIH). Estas redes ofrecen oportunidades para acceder a nuevos conocimientos, descubrir herramientas innovadoras, compartir buenas prácticas y colaborar con otros agentes que trabajan por modelos turísticos más sostenibles. La participación también puede ayudar a las pymes a superar barreras habituales a la innovación, como la falta de conocimientos técnicos y el acceso limitado a recursos y apoyo.

Aplicación en los sectores turísticos

La innovación y las herramientas para la transición verde pueden aplicarse en distintos sectores turísticos, cada uno de los cuales las utiliza de forma diferente en función de la naturaleza de sus actividades y de su relación con los recursos ambientales, culturales y comunitarios.

Ecoturismo

En el ecoturismo, la innovación y las herramientas verdes se utilizan para minimizar el impacto ambiental y reforzar, al mismo tiempo, los resultados de conservación. Las pymes de este sector pueden implantar soluciones de energía renovable, como alojamientos alimentados con energía solar, así como sistemas inteligentes de gestión del agua y tecnologías de seguimiento de residuos para reducir la presión sobre los ecosistemas locales. Las herramientas digitales de seguimiento también pueden utilizarse para evaluar el impacto sobre la biodiversidad y controlar la presión de visitantes en zonas sensibles. Además, las aplicaciones móviles y las guías digitales pueden informar a las personas que hacen turismo sobre el comportamiento responsable e incluso animarlas a participar en actividades de ciencia ciudadana, como la recogida de datos ambientales.

Turismo cultural

En el turismo cultural, las herramientas de innovación desempeñan un papel clave tanto en la promoción como en la protección del patrimonio cultural. Tecnologías digitales como la realidad virtual y las visitas virtuales permiten al turismo conocer sitios y actividades culturales sin contribuir a su deterioro físico ni a las aglomeraciones. Estas herramientas también pueden atraer a nuevos públicos,

especialmente a visitantes jóvenes, al ofrecer experiencias más atractivas e interactivas. Los sistemas inteligentes de gestión de visitantes y las plataformas de venta de entradas digitales pueden favorecer aún más la sostenibilidad al regular los flujos turísticos. Al programar las horas de entrada y controlar el aforo en tiempo real, estas herramientas ayudan a reducir la presión sobre los monumentos y mejoran la experiencia general del turista.

Turismo de aventura

En el turismo de aventura, la innovación y las herramientas para la transición verde son esenciales tanto para la protección ambiental como para la seguridad de las personas visitantes. Este tipo de turismo se desarrolla a menudo en entornos naturales como montañas, bosques o zonas costeras, donde las condiciones pueden cambiar con rapidez y los riesgos pueden ser mayores. Las herramientas digitales pueden mejorar tanto la seguridad como la sostenibilidad. Por ejemplo, las aplicaciones meteorológicas y los sistemas de alerta temprana pueden avisar al turista de condiciones peligrosas, como tormentas o aludes. En zonas de montaña, los sistemas de vigilancia de aludes ofrecen información actualizada sobre el riesgo en tiempo real, lo que permite planificar las actividades de forma más segura. Un mayor conocimiento de las condiciones ambientales y los riesgos fomenta también un comportamiento más responsable. Cuanto mejor informado está, más probable es que respete la biodiversidad, siga las indicaciones y adapte su comportamiento a las prácticas sostenibles.

En todos los sectores turísticos, la innovación y las herramientas para la transición verde pueden ayudar a las empresas a mejorar su desempeño en sostenibilidad, reducir su impacto ambiental, enriquecer la experiencia de las personas visitantes y reforzar su resiliencia a largo plazo. Ya sea mediante tecnologías renovables, soluciones digitales o nuevos modelos de negocio, la innovación ofrece a las pymes turísticas oportunidades prácticas para contribuir a la transición hacia un sector turístico más sostenible y competitivo.

Hoja de ruta para la implementación

Paso 1: Evaluar las prácticas actuales	Empieza por revisar tu actividad actual. Identifica dónde consume más recursos tu empresa (por ejemplo, energía, agua o materiales) y dónde se pueden introducir mejoras. Ten en cuenta tanto el impacto ambiental como la eficiencia operativa.
Paso 2: Fijar objetivos claros y alcanzables	Define objetivos de sostenibilidad realistas a partir de tu evaluación. Pueden incluir reducir el consumo energético, minimizar los residuos, mejorar la eficiencia en el uso de los recursos o aumentar la sensibilización de la clientela sobre las prácticas sostenibles.
Paso 3: Identificar herramientas y tecnologías innovadoras	Explora las herramientas y soluciones disponibles que pueden ayudarte a alcanzar tus objetivos. Pueden incluir sistemas inteligentes de gestión energética, tecnologías de ahorro de agua, herramientas digitales de reserva o de gestión de visitantes, o plataformas que promuevan productos y servicios sostenibles. Elige soluciones adecuadas al tamaño y al presupuesto de tu empresa.

Paso 4: Formar al personal e implicar a las partes interesadas	Asegúrate de que tu personal comprende la importancia de la sostenibilidad y sabe utilizar eficazmente las nuevas herramientas. Implica a proveedores, entidades colaboradoras y comunidades locales para que apoyen tus esfuerzos. La colaboración puede ayudar a maximizar el impacto y a garantizar que las soluciones se adapten al contexto local.
Paso 5: Supervisar el desempeño y medir los avances	Haz un seguimiento de tus avances mediante indicadores sencillos, como el uso de energía, el consumo de agua, la reducción de residuos o las opiniones de la clientela. Un seguimiento periódico te permite valorar qué funciona e identificar áreas de mejora.
Paso 6: Comunicar tus logros	Comparte tus acciones y resultados en materia de sostenibilidad con tu clientela a través de la web, las redes sociales o la comunicación in situ. Esto ayuda a generar confianza, reforzar tu marca y atraer a visitantes con conciencia ambiental.

Esta hoja de ruta ofrece una orientación práctica para aplicar el principio de Innovación y herramientas para la transición verde en tu organización. Para un enfoque más amplio que integra la sostenibilidad en todos los ámbitos de tu empresa, consulta el Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad que figura al final de este Marco.

Resumen

Definición	La Innovación y herramientas para la transición verde hace referencia al uso de tecnologías, procesos y modelos de negocio que ayudan a las pymes turísticas a reducir su impacto ambiental, mejorar la eficiencia en el uso de los recursos y avanzar hacia una actividad turística más sostenible.
Acciones clave	• Adoptar tecnologías eficientes y renovables. • Utilizar herramientas digitales para supervisar y optimizar el uso de los recursos. • Participar en plataformas digitales y redes de innovación verde.
Principios vinculados	• Gestión sostenible de los recursos. • Acción climática y resiliencia. • Educación y participación de las personas visitantes.

MARCO DE PRINCIPIOS PRÁCTICOS

Guía de implementación

Tu itinerario hacia la sostenibilidad

Guía de implementación: tu itinerario hacia la sostenibilidad

Esta sección ofrece una hoja de ruta práctica para ayudar a las pymes turísticas a convertir los ocho Principios de Práctica en acciones significativas. En lugar de aplicar todos los principios a la vez, se anima a las empresas a adoptar un enfoque gradual y estructurado que tenga en cuenta su tamaño, sus recursos y su nivel de madurez en sostenibilidad. El Itinerario de Implementación de la Sostenibilidad acompaña a las pymes turísticas en el paso de la sensibilización y la evaluación a la implementación, el seguimiento y la mejora continua.

La hoja de ruta debe entenderse como una guía flexible, no como un proceso cerrado. Cada empresa puede avanzar a un ritmo distinto y priorizar distintos principios en función de su contexto, pero el objetivo general es el mismo: integrar la sostenibilidad en la actividad diaria y en la toma de decisiones a largo plazo.

Checklist del camino hacia la sostenibilidad

Footprint

Completa esta checklist para comenzar tu camino hacia la sostenibilidad. Marca cada casilla a medida que avances por los ocho pasos.

Aprende
Explora el Marco de Principios Prácticos y familiarízate con los ocho principios de sostenibilidad.

Establece objetivos
Desarrolla objetivos de sostenibilidad SMART para orientar tu progreso.

Evalúa
Completa la autoevaluación de sostenibilidad para identificar tu situación actual.

Explora
Explora tu Guía Nacional de Apoyo para acceder a recursos y servicios de apoyo disponibles en tu entorno local.

Prioriza
Selecciona los tres principios que sean más importantes para tu empresa.

Implementa
Pon en práctica tus acciones e implica a tu equipo y a las partes interesadas.

Planifica
Crea un plan de acción sencillo con objetivos claros y plazos definidos.

Revisa
Supervisa los avances, celebra los logros e identifica oportunidades de mejora.

¿Listo/a? *Pasa a la siguiente página para completar tu Autoevaluación de Sostenibilidad.*

Cómo orientar tu camino hacia la sostenibilidad

Footprint

Los 8 Principios Prácticos
Acompañando tu camino hacia la sostenibilidad

En conjunto, estos principios ofrecen un marco práctico que permite a las pymes del sector turístico avanzar hacia una mayor sostenibilidad, fortalecer su resiliencia y mejorar su competitividad.

Co-funded by the European Union

Hoja de ruta hacia la sostenibilidad

Co-funded by the European Union

Herramienta de autoevaluación de la sostenibilidad

¿En qué punto de tu camino hacia la sostenibilidad te encuentras?

Responsabilidad ambiental

	Sí	En parte	No
Hemos identificado los principales impactos ambientales de nuestra empresa.			
Hemos adoptado medidas para reducir nuestra huella ambiental.			
Revisamos y mejoramos periódicamente nuestras prácticas ambientales.			

Biodiversidad y recursos naturales

	Sí	En parte	No
Comprendemos cómo afectan nuestras actividades a los ecosistemas y recursos naturales locales.			
Tomamos medidas para minimizar los impactos negativos sobre la biodiversidad.			
Apoyamos activamente la protección o la mejora de los activos naturales locales.			

Sostenibilidad cultural

	Sí	En parte	No
Promovemos y respetamos la cultura, el patrimonio y las tradiciones locales.			
Trabajamos con agentes culturales locales cuando procede.			
Nuestras experiencias turísticas ayudan a las personas visitantes a comprender y apreciar la cultura local.			

Gestión sostenible de los recursos

	Sí	En parte	No
Supervisamos nuestro consumo de energía, agua u otros recursos.			
Trabajamos activamente para reducir los residuos y mejorar la eficiencia.			
Revisamos periódicamente las oportunidades de mejorar la gestión de los recursos			

Empoderamiento comunitario e inclusión social

	Sí	En parte	No
Nos relacionamos con las comunidades locales y las partes interesadas.			
Apoyamos a proveedores, empresas o programas comunitarios locales.			
Procuramos que nuestros servicios y oportunidades sean inclusivos y accesibles.			

Acción climática y resiliencia

	Sí	En parte	No
Comprendemos los riesgos climáticos que pueden afectar a nuestra empresa.			
Hemos introducido medidas para reducir las emisiones o los impactos ambientales.			
Estamos tomando medidas para mejorar nuestra resiliencia ante futuros retos climáticos.			

Educación y participación de las personas visitantes

	Sí	En parte	No
Informamos al turista sobre prácticas de turismo responsable.			
Los mensajes de sostenibilidad están integrados en las experiencias de las personas visitantes.			
Animamos a las personas visitantes a contribuir positivamente al destino.			

Innovación y herramientas para la transición verde

	Sí	En parte	No
Utilizamos la tecnología o la innovación para mejorar nuestro desempeño en sostenibilidad.			
Exploramos nuevas herramientas o enfoques para reducir los impactos ambientales.			
Tenemos en cuenta la innovación al planificar futuras mejoras.			

Cómo interpretar tus resultados

Mayoritariamente...	Interpretación
No	Esta área podría constituir una prioridad para futuras actuaciones.
En parte	Se han logrado buenos avances, pero aún hay margen de mejora
Sí	Las prácticas de sostenibilidad se están consolidando en esta área de tu empresa

Preguntas para reflexionar

Una vez completada la evaluación, reflexiona sobre las siguientes preguntas:

1. ¿En qué principios obtienes los mejores resultados actualmente?

2. ¿Qué principios necesitan más mejoras?

3. ¿Qué retos de sostenibilidad son más relevantes para tu empresa y por qué?

4. ¿Qué recursos y alianzas podrían ayudarte a avanzar en tu camino hacia la sostenibilidad?

Establecer prioridades

Intentar abordar todos los retos de sostenibilidad a la vez puede resultar abrumador. En su lugar, identifica hasta tres áreas prioritarias que tengan el mayor impacto positivo en tu empresa, turismo, la comunidad y el medio ambiente.

Prioridad 1:
Prioridad 2:
Prioridad 3:

Estas prioridades pueden utilizarse después para elaborar un Plan de Acción de Sostenibilidad y orientar la implementación de los Principios Prácticos a lo largo del tiempo.

PLAN DE ACCIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD

Convierte tus prioridades en acciones prácticas.

A partir de tu autoevaluación, elige hasta tres áreas prioritarias y elabora un plan de acción para impulsar las mejoras en tu empresa.

Céntrate en acciones alcanzables, pertinentes y con el mayor impacto positivo para tu empresa.	**Consejo:** utiliza la guía SMART de la página siguiente para definir tus acciones.

1 ÁREA PRIORITARIA N.º 1

Indica el Principio Práctico con el que se relaciona esta área.

OBJETIVO
¿Qué quieres conseguir?

ACCIONES
¿Qué acciones concretas vas a llevar a cabo?

-
-
-

NOTAS

CALENDARIO
¿Cuándo lo harás?

PERSONA RESPONSABLE
¿Quién lo liderará?

INDICADOR DE ÉXITO
¿Cómo sabrás que se ha conseguido?

Co-funded by the European Union

2 ÁREA PRIORITARIA N.º 2

Indica el Principio Práctico con el que se relaciona esta área.

OBJETIVO
¿Qué quieres conseguir?

ACCIONES
¿Qué acciones concretas vas a llevar a cabo?

-
-
-

NOTAS

CALENDARIO
¿Cuándo lo harás?

PERSONA RESPONSABLE
¿Quién lo liderará?

INDICADOR DE ÉXITO
¿Cómo sabrás que se ha conseguido?

3 ÁREA PRIORITARIA N.º 3

Indica el Principio Práctico con el que se relaciona esta área.

OBJETIVO
¿Qué quieres conseguir?

ACCIONES
¿Qué acciones concretas vas a llevar a cabo?

-
-
-

NOTAS

CALENDARIO
¿Cuándo lo harás?

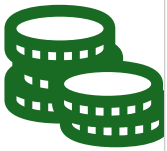
PERSONA RESPONSABLE
¿Quién lo liderará?

INDICADOR DE ÉXITO
¿Cómo sabrás que se ha conseguido?

RECURSOS Y APOYOS NECESARIOS

¿Qué apoyos o recursos necesitas para que estas acciones tengan éxito?

Formación y desarrollo de capacidades



Financiación o inversión

Tecnología o equipamiento

Asesoramiento o consultoría externa

Alianzas y colaboración

Apoyo de las autoridades locales / organismos turísticos

Otros

FECHA DE REVISIÓN

Fija una fecha para revisar tus avances y actualizar tu plan de acción.

DEFINIR OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD SMART

Transforma las ideas en acciones de sostenibilidad claras y alcanzables.

S	M	A	R	T
ESPECÍFICO	**MEDIBLE**	**ALCANZABLE**	**RELEVANTE**	**CON PLAZO DEFINIDO**
Define con claridad lo que quieres conseguir.	Determina cómo se medirá el éxito.	Fija objetivos realistas según los recursos disponibles.	Asegúrate de que el objetivo responde a tus prioridades de sostenibilidad.	Fija una fecha límite clara para su consecución.

FÓRMULA DEL OBJETIVO SMART	Voy a **[acción]** en **[cantidad]** en un plazo de **[periodo]** para lograr **[objetivo de sostenibilidad]**.
TU FÓRMULA DE OBJETIVO SMART	
EJEMPLO	Voy a reducir el consumo eléctrico un 10 % en un plazo de 12 meses instalando iluminación LED y mejorando el control del consumo energético.

EJEMPLOS NO SMART Y SMART

NO SMART		SMART
✗ Reducir el consumo de energía.	→	✓ Reducir el consumo eléctrico un 10 % en un plazo de 12 meses mediante la instalación de iluminación LED y equipos eficientes.
✗ Apoyar a las empresas locales.	→	✓ Aumentar el gasto en proveedores locales hasta el 50 % del total de compras durante la próxima temporada turística.
✗ Mejorar la sensibilización de las personas visitantes.	→	✓ Facilitar información sobre sostenibilidad al 100 % de las personas visitantes mediante correos electrónicos previos a la llegada y señalización in situ antes del inicio de la próxima temporada.

CREA TU PROPIO OBJETIVO SMART

Mi objetivo de sostenibilidad:

¿Cómo mediré el éxito?

Fecha prevista de consecución:

Co-funded by the European Union

CONSEJO: ¡revisa tus objetivos periódicamente y celebra los avances a lo largo del camino!

MARCO DE PRINCIPIOS PRÁCTICOS

Conclusión

Conclusión

Un marco para la acción

El Marco de Principios Prácticos se ha desarrollado para ayudar a las pymes turísticas a pasar de la sensibilización sobre la sostenibilidad a la implementación práctica y a la transformación a largo plazo. Ofrece un itinerario práctico y accesible para convertir los principios de sostenibilidad en acciones concretas que puedan integrarse en la actividad diaria, en la toma de decisiones estratégicas y en el desarrollo futuro de la empresa.

El marco reconoce que la sostenibilidad ya no es una cuestión opcional para las empresas turísticas. Las presiones ambientales, los riesgos climáticos, la evolución de las expectativas de las personas visitantes, los nuevos requisitos normativos y la creciente exigencia de responsabilidad social están transformando el contexto en el que operan las pymes turísticas. En este entorno, la sostenibilidad debe entenderse no solo como un objetivo ambiental, sino como un enfoque estratégico que contribuye a la resiliencia, la competitividad y la viabilidad a largo plazo de las empresas.

Aunque cada principio aborda un aspecto concreto de la sostenibilidad, en conjunto forman un marco integrado que favorece una visión más holística del desarrollo turístico. El marco demuestra que la sostenibilidad no puede alcanzarse mediante acciones aisladas o intervenciones puntuales. Al contrario, requiere esfuerzos coordinados en las dimensiones ambiental, social, cultural, conductual y organizativa.

Apoyar la transición ambiental

Una parte importante del marco se centra en apoyar la transición ambiental de las pymes turísticas, reconociendo que la calidad ambiental, la biodiversidad, la estabilidad climática y la disponibilidad de recursos son condiciones fundamentales para la viabilidad a largo plazo de los destinos turísticos. En conjunto, los principios de Responsabilidad ambiental, Biodiversidad y recursos naturales, Gestión sostenible de los recursos y Acción climática y resiliencia ponen de relieve la necesidad de reducir el impacto ambiental y, al mismo tiempo, reforzar la capacidad de las empresas y los destinos para adaptarse a los nuevos retos.

Estos principios reconocen que el turismo depende de los sistemas naturales y, a la vez, los afecta. La calidad de los paisajes, los ecosistemas, la biodiversidad, los recursos hídricos y las condiciones climáticas influye directamente en el atractivo y la viabilidad de los destinos turísticos. Al mismo tiempo, las actividades turísticas pueden contribuir al agotamiento de los recursos, la contaminación, la degradación de los hábitats y las emisiones de gases de efecto invernadero si no se gestionan de forma responsable. Por ello, el marco anima a las pymes a adoptar un enfoque más proactivo y sistemático de la gestión ambiental. Esto incluye mejorar la eficiencia en el uso de los recursos, reducir los residuos y las emisiones, proteger los activos naturales, integrar medidas de adaptación climática y tener en cuenta los impactos ambientales a lo largo de toda la cadena de valor. Cabe destacar que estas acciones no se presentan únicamente como responsabilidades ambientales, sino también como oportunidades para

reducir costes operativos, mejorar la eficiencia, reforzar la continuidad del negocio y responder a las crecientes expectativas del mercado.

Al integrar la responsabilidad ambiental en la actividad diaria y en la planificación a largo plazo, las pymes turísticas pueden contribuir a destinos más resilientes y salvaguardar los recursos naturales de los que depende su éxito futuro.

Reforzar la sostenibilidad social y cultural

La sostenibilidad en el turismo va más allá de las consideraciones ambientales. El marco subraya también la importancia de mantener vínculos sólidos entre el turismo, las comunidades locales y el patrimonio cultural, a través de los principios de Empoderamiento comunitario e inclusión social y de Sostenibilidad cultural. El turismo puede generar importantes beneficios económicos y sociales para los destinos, pero estos beneficios no siempre se reparten de forma equitativa. Si las comunidades locales quedan excluidas de los procesos de toma de decisiones o si los activos culturales se tratan como meros productos comerciales, el turismo puede contribuir a tensiones sociales, a la pérdida de identidad y a un menor apoyo de la comunidad. Por tanto, la sostenibilidad a largo plazo depende de que el desarrollo turístico sea inclusivo, participativo y respetuoso con la realidad local.

El marco promueve enfoques que empoderan a las comunidades locales, apoyan prácticas de empleo justas, fomentan alianzas significativas y reconocen el valor del conocimiento local y de la diversidad cultural. También subraya la importancia de proteger el patrimonio cultural material e inmaterial, garantizando que las tradiciones, los relatos, las prácticas y las identidades sigan floreciendo junto al desarrollo turístico. Al integrar la inclusión social y la sostenibilidad cultural en las actividades turísticas, las pymes pueden crear experiencias más auténticas para el turismo, reforzar sus relaciones con los agentes locales y contribuir a destinos que se mantengan vivos, singulares y resilientes a lo largo del tiempo.

Impulsar el cambio de comportamiento y organizativo

La transición hacia la sostenibilidad requiere también cambios en los comportamientos, las actitudes y las prácticas organizativas. Así se refleja en los principios de Educación y participación de las personas visitantes y de Innovación y herramientas para la transición verde. Las personas visitantes desempeñan un papel central en los impactos del turismo. Sus decisiones, comportamientos e interacciones con los destinos influyen en el consumo de recursos, la calidad ambiental, la preservación cultural y el bienestar de la comunidad. Por ello, las pymes turísticas tienen una responsabilidad importante a la hora de informar, inspirar e implicar a las personas visitantes en prácticas más sostenibles. Mediante la interpretación, la comunicación, la narración de historias y las experiencias participativas, las empresas pueden ayudar a que las personas visitantes dejen de ser consumidoras pasivas y contribuyan activamente a los objetivos de sostenibilidad.

Al mismo tiempo, la innovación y las herramientas para la transición verde ofrecen los mecanismos prácticos necesarios para apoyar este cambio. Las tecnologías digitales, la toma de decisiones basada en datos, los sistemas de seguimiento de recursos, las soluciones de energía renovable y los nuevos modelos de negocio pueden ayudar a las pymes a mejorar su eficiencia, medir sus avances e identificar

nuevas oportunidades de crecimiento sostenible. Estos principios ponen de relieve que la sostenibilidad no consiste solo en gestionar impactos, sino también en fomentar el aprendizaje, la innovación, la colaboración, el cambio de comportamiento y la mejora continua. Demuestran que las soluciones tecnológicas son más eficaces cuando se combinan con personas informadas y comprometidas, tanto dentro de las empresas como entre las personas visitantes.

De las mejoras graduales a la transformación a largo plazo

Un mensaje recurrente a lo largo del marco es que la sostenibilidad debe entenderse como un camino y no como un destino fijo. Las pymes turísticas operan en condiciones diversas y a menudo se enfrentan a limitaciones de recursos, tiempo, conocimientos especializados y capacidad de inversión. Por este motivo, el marco promueve un enfoque progresivo y escalable que permite a las empresas empezar con acciones alcanzables e ir desarrollando gradualmente prácticas de sostenibilidad más avanzadas. Muchas de las acciones recomendadas pueden generar beneficios inmediatos gracias a una mayor eficiencia, una reducción de costes o una mayor satisfacción. Sin embargo, el marco también anima a las pymes a mirar más allá de las mejoras a corto plazo y a plantearse cómo puede tener que evolucionar su modelo de negocio ante los cambios ambientales, sociales y económicos a largo plazo.

En particular, los crecientes impactos del cambio climático, la escasez de recursos, los cambios demográficos y la evolución de las expectativas de consumo ponen de relieve la importancia de desarrollar capacidad de adaptación y resiliencia. Las empresas capaces de anticipar los cambios, aprender de la experiencia, colaborar con las partes interesadas e innovar de forma continua estarán en mejor posición para prosperar en un entorno cada vez más complejo e incierto. Por tanto, el marco favorece una progresión que va de la sensibilización y la acción inicial a la adaptación, la innovación y, en última instancia, la transformación. Esta evolución es esencial para que el turismo siga siendo una fuerza positiva para los destinos, las comunidades y las generaciones futuras.

Reflexión final

En última instancia, el Marco de Principios Prácticos FOOTPRINT pretende contribuir a un sector turístico más sostenible, resiliente, inclusivo y orientado al futuro. Ofrece a las pymes turísticas una orientación práctica, sin dejar de reconocer la complejidad de los retos a los que se enfrentan y la diversidad de contextos en los que operan. Los principios demuestran que la sostenibilidad no es responsabilidad de un único agente ni el resultado de una única intervención. Surge de los esfuerzos colectivos de empresas, turismo, comunidades, responsables políticos y otras partes interesadas que trabajan por objetivos compartidos. Las pymes turísticas, pese a su tamaño, desempeñan un papel especialmente importante en esta transición por su estrecha relación con los destinos, las comunidades y las personas visitantes.

Al aplicar progresivamente estos principios, las pymes turísticas pueden contribuir no solo a reducir los impactos negativos, sino también a crear valor ambiental, social, cultural y económico positivo. De este modo, ayudan a configurar un modelo turístico que protege los activos naturales y culturales, fortalece a las comunidades locales, apoya la innovación y sigue siendo capaz de responder a los retos futuros. La

transición hacia la sostenibilidad es un proceso continuo, pero también una oportunidad para repensar cómo genera valor el turismo para las empresas, las comunidades, las personas visitantes y los destinos. Mediante el compromiso, la colaboración y la mejora continua, las pymes turísticas pueden convertirse en motores clave de un sector turístico mejor preparado para el futuro y capaz de generar beneficios duraderos para los destinos, la población residente, las empresas y turismo.

Referencias

Aransyah, M. F., Hermanto, B., Muftiadi, A., & Oktadiana, H. (2025). Exploring sustainability-oriented innovations in tourism: insights from ecological modernization, diffusion of innovations, and the triple bottom line. Cogent Social Sciences, 11(1). https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2447396

Bacigalupo, M., Wiek, A., de Angelis, R., Montiel, I., Bubikova-Moan, J., Ospina, A. V., McCallum, E., et al. (2022). GreenComp: The European sustainability competence framework. Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/13286

Circular economy. (2026, 10 juin). Environment. https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy_en

DIRECTIVE (EU) 2022/2464 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 December 2022 Amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards Corporate Sustainability Reporting. (2026). EUR-Lex (No 02022L2464-20260318). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02022L2464-20260318

EarthCheck. (2024). EarthCheck certified standards and benchmarking framework. EarthCheck. https://earthcheck.org

EU Tourism Platform | EU Tourism Platform. https://transition-pathways.europa.eu/tourism

European Commission (2019), The European Green Deal. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

European Commission, Joint Research Centre. (2022). GreenComp: The European sustainability competence framework (Bacigalupo et al.). Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/13286

European Commission. (2017). EU Ecolabel user manual for tourist accommodation services. European Commission. https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC133332.

European Commission. (2019). The European Green Deal. European Commission. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640.

European Commission. (2021). COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS EMPTY : Forging a Climate-resilient Europe - the new EU Strategy on adaptation to Climate change. EUR-Lex (No 52021DC0082). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2021:82:FIN

European Commission. (2021). European pillar of social rights action plan. Publications Office of the European Union. https://commission.europa.eu/publications/european-pillar-social-rights-action-plan_en

European Commission. (2022). European agenda for culture. European Commission. https://culture.ec.europa.eu

European Commission. (2022). Towards a green, digital and resilient cultural heritage. Publications Office of the European Union. https://op.europa.eu

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. European Commission. https://single-market-economy.ec.europa.eu/news/transition-pathway-tourism-published-today-2022-02-04_en

European Commission. (2024). The New European Bauhaus. https://new-european-bauhaus.europa.eu

European Network for Accessible Tourism. (2023). Accessible tourism in Europe: Good practices and recommendations. ENAT. https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.enat_projects_and_good_practices

Goal 13 : Take urgent action to combat climate change and its impacts. (s. f.). United Nations Regional Information Centre For Western Europe. https://unric.org/en/sdg-13/

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). AR6 Synthesis Report : Climate Change 2023 : Annexes and index. IPCC. https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_AnnexesIndex.pdf

International Organization for Standardization. (2009). ISO 26000 Guidance on Social Responsibility. Dans Discovering ISO 26000 (ISBN 978-92-67-10973-2). https://www.iso.org/publication/PUB100258.html

Mazurkiewicz, Piotr Andrzej. (2004) Corporate environmental responsibility : Is a common CSR framework possible? (English). Washington, DC: World Bank. http://documents.worldbank.org/curated/en/577051468339093024

Milanović Pešić, A., Brankov, J., & Oliveira Moreira, C. (2025). Sustainable Tourism and Use of Natural Resources—Contemporary Practices and Management Challenges. Sustainability, 17(6), 2383. https://doi.org/10.3390/su17062383

OECD (2013), Green Innovation in Tourism Services, OECD Tourism Papers, 2013/01, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/5k4bxkt1cjd2-en

P. Soler, M. Iraola Iribarren (2025) Sustainability to shape the EU's first-ever tourism strategy. Euronews. https://www.euronews.com/my-europe/2025/10/21/eu-unveils-first-ever-tourism-strategy-focusing-on-sustainability

Pernice, D. (2025) Tourism. Fact sheets on the European Union Tourism | Fact Sheets on the European Union | European Parliament

Qu'est-ce que la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) ? (2026). Ministère de L'Economie. https://www.economie.gouv.fr/entreprises/gerer-son-entreprise-au-quotidien/gerer-sa-comptabilite-et-ses-demarches/quest-ce-que-la-responsabilite-societale-des-entreprises-rse

Ramboll, Acteon, & ADEME. (2024). Adaptation au changement climatique 2024 : Opérateurs et territoires touristiques s'adapter pour faire face au changement climatique. Dans ADEME (No 9791029723513). https://librairie.ademe.fr/changement-climatique/7379-operateurs-et-territoires-touristiques-s-adapter-pour-faire-face-au-changement-climatique-9791029723513.html#product-presentation

Singjai, K., Winata, L., & Kummer, T. (2018). Green initiatives and their competitive advantage for the hotel industry in developing countries. International Journal of Hospitality Management, 75, 131–143. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.007

The benefits of implementing an environmental management system for your business. (s. f.). ISO. https://www.iso.org/climate-change/environmental-management-system-ems

The benefits of implementing an environmental management system for your business. (s. f.). ISO. https://www.iso.org/climate-change/environmental-management-system-ems

The European Green Deal. (s. f.). European Commission. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

The European Green Deal. (s. f.). European Commission. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

The green transition of tourism. Mobility and Transport. European Commission https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/green-transition-tourism_en

Tilavova M., Safarova N., Alimova B., Bo 'ronova N. (2024) Ecotourism as a sustainable development strategy: exploring the role of natural resource management, E3S Web of Conferences 587, p05020 https://doi.org/10.1051/e3sconf/202458705020

UN Tourism. (2018). Tourism and Culture Synergies. https://www.untourism.int/global/publication/tourism-and-culture-synergies

UN Tourism. (2025) Innovation at UN tourism, https://www.untourism.int/innovacion-transformacion-digital#:~:text=To%20be%20a%20benchmark%20for,shape%20the%20future%20of%20tourism.

UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. UNESCO. https://ich.unesco.org/en/convention

UNESCO. (2023). World heritage and sustainable tourism programme. UNESCO. https://whc.unesco.org/en/tourism

United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). Sustainable Resource Management. https://unece.org/sustainable-energy/sustainable-resource-management

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2022). Culture|2030 indicators. UNESCO Publishing. https://unesdoc.unesco.org

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2020). Education for sustainable development: A roadmap. UNESCO Publishing. https://www.unesco.org/en/articles/education-sustainable-development-roadmap.

United Nations Tourism. Biodiversity. https://www.untourism.int/sustainable-development/biodiversity

United Nations Tourism. Ecotourism and Protected Areas. 2025 https://www.untourism.int/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas

United Nations Tourism. Glossary of Tourism Terms. https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms

United Nations Tourism. Tourism and Culture. 2025 https://www.untourism.int/tourism-and-culture

United Nations World Tourism Organization. (2021). Recommendations for the transition to a green travel and tourism economy. UN Tourism. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-05/210504-Recommendations-for-the-Transition-to-a-Green-Travel-and-Tourism-Economy.pdf

United Nations World Tourism Organization. (2022). Global code of ethics for tourism. UN Tourism. https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism

United Nations World Tourism Organization. (2022). Tourism and culture synergies. UNWTO. https://www.unwto.org

United Nations World Tourism Organization. (2023). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. UN Tourism. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/UNWTO_UNDP_Tourism%20and%20the%20SDGs.pdf

What is the difference between adaptation and mitigation ? (2024). Frequently Asked Questions (FAQs) | European Environment Agency (EEA). https://www.eea.europa.eu/en/about/contact-us/faqs/what-is-the-difference-between-adaptation-and-mitigation

World Health Organization: WHO. (2025, February 18). Biodiversity. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/biodiversity

Footprint

CEDRU

Ajuntament de Quart de Poblet

spectrum RESEARCH CENTRE

TOURISM ORGANIZATION OF THE MAZOVIA REGION

albea building up your resilience

FEVECTA

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