

GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Observatorio
Turismo
Sostenible



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

IATUR auren

INTRODUCCIÓN

Consideraciones previas

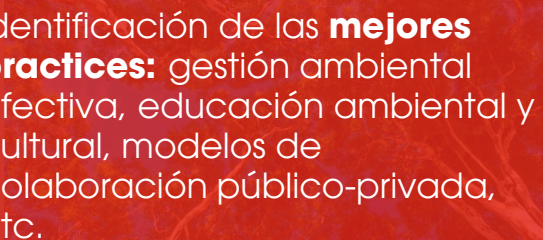
El **Observatorio AUREN de Turismo Sostenible en España 2024**, tiene como objetivo principal monitorear y evaluar la sostenibilidad en los destinos turísticos del país, brindando una visión detallada y con los próximos informes, comparada, que permita identificar y difundir las mejores prácticas.

Se ha incidido en detectar aquellas **BUENAS PRÁCTICAS** dirigidas hacia un futuro más sostenible y resiliente en los destinos turísticos de España, contribuyendo al cumplimiento de los ODS y asegurando que el turismo continúe siendo una fuente de bienestar y progreso para la sociedad.

LA INVESTIGACIÓN DEL OBSERVATORIO DE TURISMO SOSTENIBLE EN ESPAÑA, HAN SIDO ELABORADAS Y GESTIONADAS DE FORMA CONJUNTA POR LA FIRMA AUREN Y EL INSTITUTO ANDALUZ DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EN TURISMO (IATUR), CON LA COLABORACIÓN DE LA RED-INTUR

INTRODUCCIÓN


Objetivos específicos



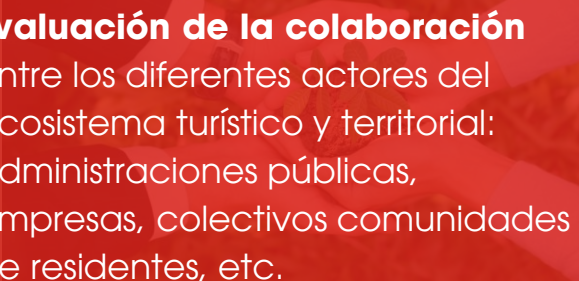
Identificación de las **mejores prácticas:** gestión ambiental efectiva, educación ambiental y cultural, modelos de colaboración público-privada, etc.



Comprensión de los **retos** de los destinos turísticos en su **transición hacia la sostenibilidad:** gestión de flujos turísticos, conservación de ecosistemas frágiles, y promoción de la cultura local



Impulso de la **innovación** con diferentes enfoques y métodos: desde la implementación de tecnologías limpias hasta la promoción de prácticas comerciales éticas y responsables



Evaluación de la colaboración entre los diferentes actores del ecosistema turístico y territorial: administraciones públicas, empresas, colectivos comunidades de residentes, etc.

ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Recolección de datos y distribución de bloques

Encuesta para conocer prácticas sostenibles entre gestores de destinos turísticos.

Compuesta por 24 ítems en tres bloques temáticos

BLOQUE 1

GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Ámbito 1: Planificación Estratégica y Operativa.

Ámbito 2: Modelo Participativo de los Agentes Locales.

Ámbito 3: Dotaciones y Recursos del Ente Gestor.

Ámbito 4: Seguimiento y Evaluación del Destino y del Impacto Turístico.

Ámbito 5: Gestión del Impacto Turístico.

Ámbito 6: Certificaciones y Distinciones de Calidad.

BLOQUE 2

GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PROMOCIÓN

Ámbito 7: Comunicación y Marketing Digital.

Ámbito 8: Tecnologías aplicadas de Información y Promoción Turística: herramientas tecnológicas.

Ámbito 9: Consolidación y Diversificación de Productos.

Ámbito 10: Productos de colaboración público-privada

BLOQUE 3

ADECUACIÓN FÍSICA Y FUNCIONAL DEL DESTINO

Ámbito 11: Conservación y mejora del medio ambiente.

Ámbito 12: Accesibilidad Turística

ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Recolección de datos

Escrutinio preliminar de los destinos turísticos en España, identificando aquellos distinguidos por:

- **Sus certificaciones y planes de desarrollo turístico inteligente (DTI)**
- **Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)**
- **Planes de Sostenibilidad Turística en Destino (PSTD)**



Muestra comprensiva de 77 destinos (estratificación por CCAA y tipologías)

AGRADECIMIENTO PÚBLICO

ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Definición de la muestra

Las perspectivas recogidas abarcan un espectro amplio de experiencias y desafíos asociados a cada tipo de destino:

SOL Y PLAYA/LITORAL

Destinos pioneros de la oferta vacacional, que han marcado el posicionamiento exterior del turismo español y que en la actualidad se enfrentan a un profundo cambio de paradigma competitivo.



URBANO/INTERIOR

Destinos que concentran un cuarto de la demanda turística internacional y que requieren de herramientas para la mejora en la gestión de sus flujos turísticos, cascos históricos, barrios, los residentes, etc.



RURAL/NATURALEZA

Destinos que poseen un gran potencial turístico y margen de desarrollo y donde la actividad turística se configura como toda una fórmula clave para hacer frente al reto demográfico, la mejora de la calidad de vida y la economía en general.



ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

Definición de la muestra

- ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS 2023 (MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO - SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO)
- GUÍA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE - REDS Y RTI (2019)
- TRANSICIÓN HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE - FUNDACIÓN CAJA CANARIAS (2023)
- BARÓMETRO DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA - CLUB RURAL (2021)
- INFORME ANUAL DEL TURISMO RURAL - OBSERVATORIO DEL TURISMO RURAL (2022)
- COMPETITIVIDAD, SOSTENIBILIDAD, DIGITALIZACIÓN Y RESILIENCIA TURÍSTICA EN ESPAÑA - SEDITTUR TURISMO E INNOVACIÓN (2021)
- NORMA UNE_178501 SISTEMA DE GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
- NORMA UNE_178502 INDICADORES Y HERRAMIENTAS DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES
- INFORME DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO EN EL SECTOR TURÍSTICO EN FRANCIA - ADEME (2021)
- UK SUSTAINABILITY IN TRAVEL MARKET REPORT 2023 - MINTEL (2023)
- COSTA RICA: INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2021 - SWISS TRAVEL (2021)

PILARES DE TRABAJO

Resumen contenido

77

DESTINOS ANALIZADOS EN BASE A

3

BLOQUES TEMÁTICOS CLAVES DENTRO DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

ESTRUCTURADOS EN

12

ÁMBITOS DE TRABAJO Y

24

ÍTEMS

GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Bloque 1

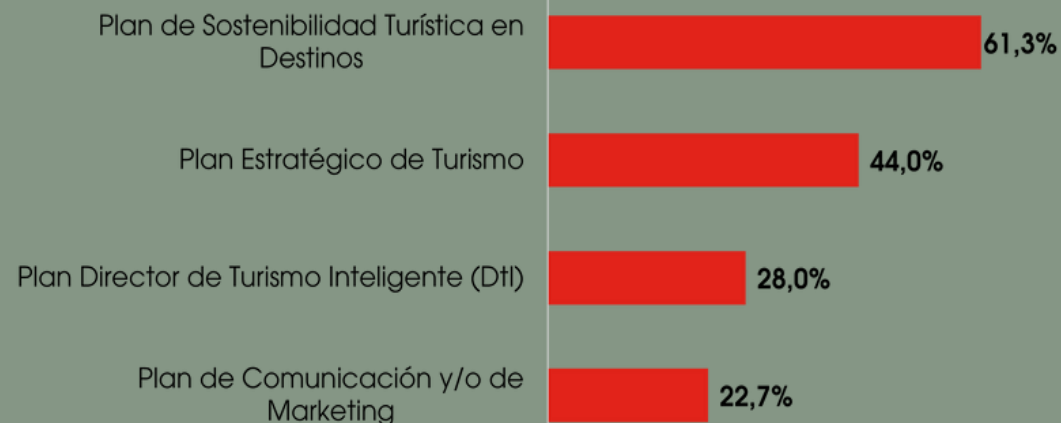


GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Ámbito 1: Planificación Estratégica y Operativa

Bloque 1

P1 ¿Cuenta su Destino con alguna herramienta de planificación turística?



Los Planes de Sostenibilidad Turística, se ven complementados por iniciativas estratégicas y directrices para la **implementación** de **turismo inteligente**. La presencia de planes de comunicación y marketing también es significativa, lo que indica una tendencia a promover sus iniciativas.

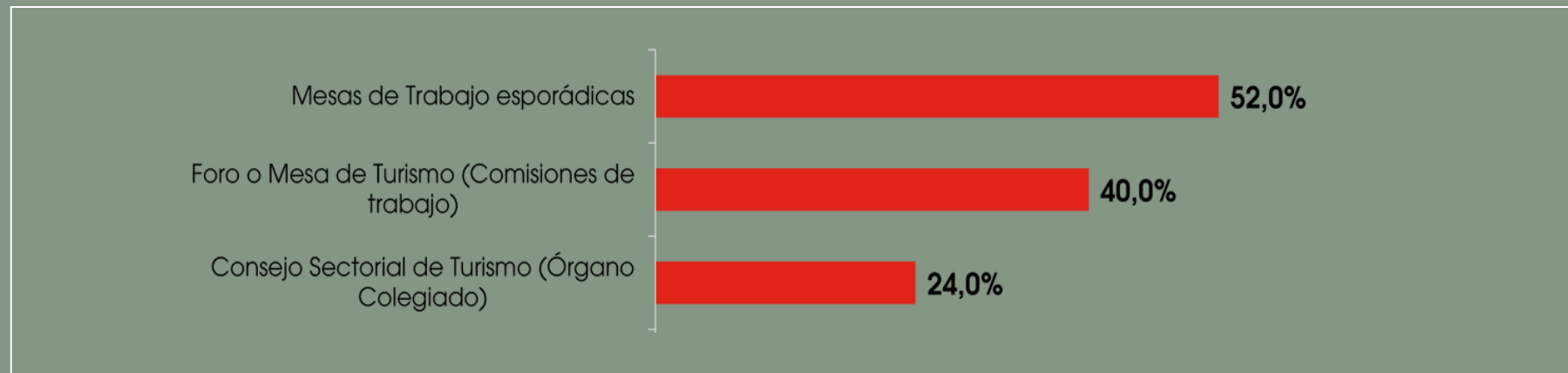
La incorporación de tecnología y análisis de datos es evidente en el **28%** de los destinos, junto al **22%** que enfoca sus esfuerzos en **Planes de Comunicación y Marketing**. Esto, indica una estrategia holística que abarca la sostenibilidad operativa y la promoción de prácticas responsables, que reflejan la adaptabilidad y la innovación del sector.

GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Ámbito 2: Modelo Participativo de los Agentes Locales

Bloque 1

P2 ¿Participan los agentes locales en la gestión o cogestión del Destino (sector privado, sector académico...)?



La gestión de estos destinos es planificada e inclusiva, con una variedad de agentes locales participando en **mesas de trabajo y foros**. La interacción entre los agentes locales es destacada, con un alto porcentaje realizando **más de 4 reuniones anuales**.

La **integración de prácticas sostenibles** en los destinos turísticos españoles se refleja en la gestión y la capacitación de sus equipos. La participación de los agentes locales aporta ventajas como la **colaboración, transparencia y mejor toma de decisiones**.

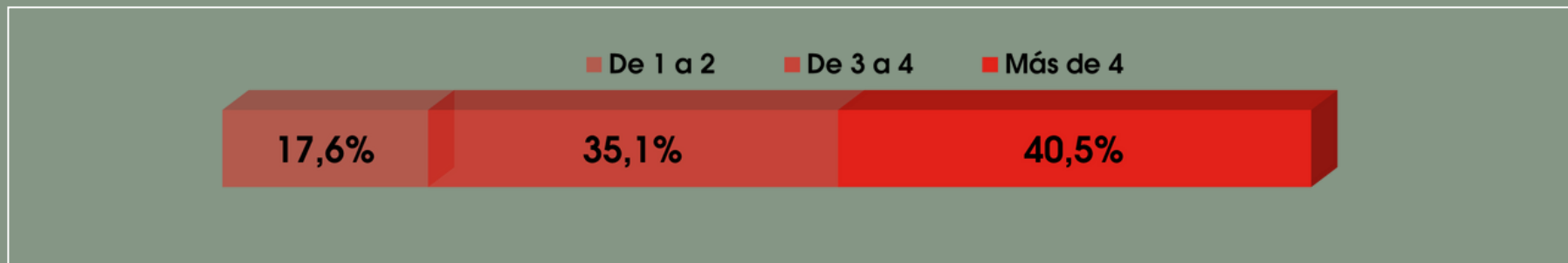
GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Ámbito 2: Modelo Participativo de los Agentes Locales

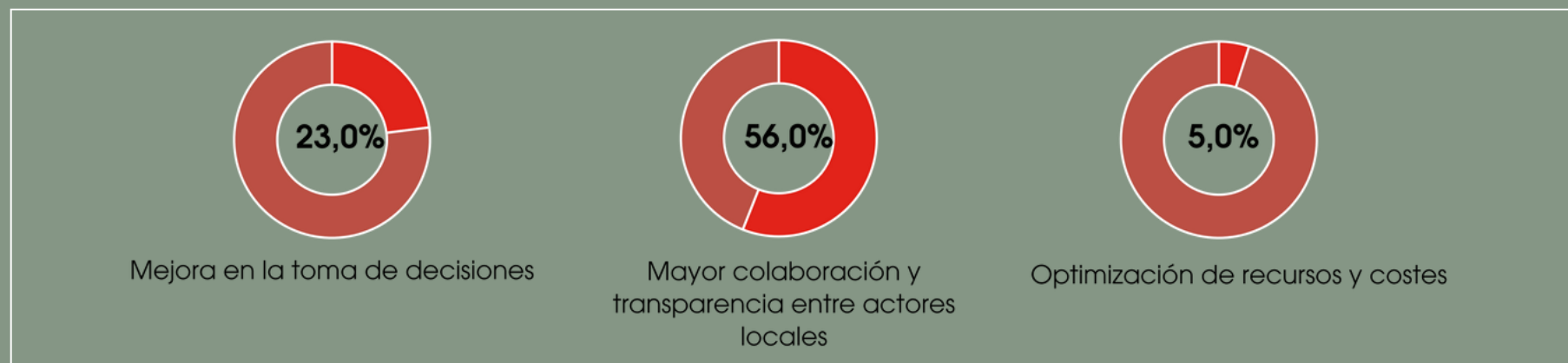
Bloque 1



P3 ¿Cuántas reuniones tiene al año con los diferentes agentes locales?

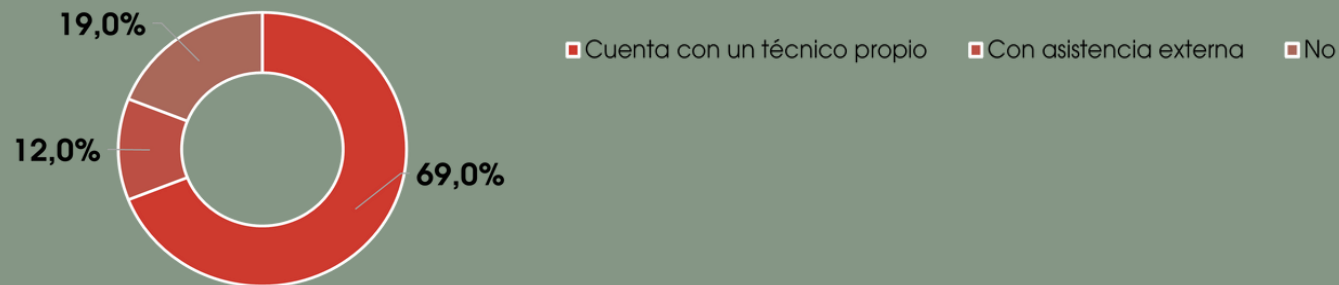


P4 En el caso de que los agentes locales participen en el modelo de gestión del Destino ¿Ha encontrado ventajas al adoptar este modelo de gestión?



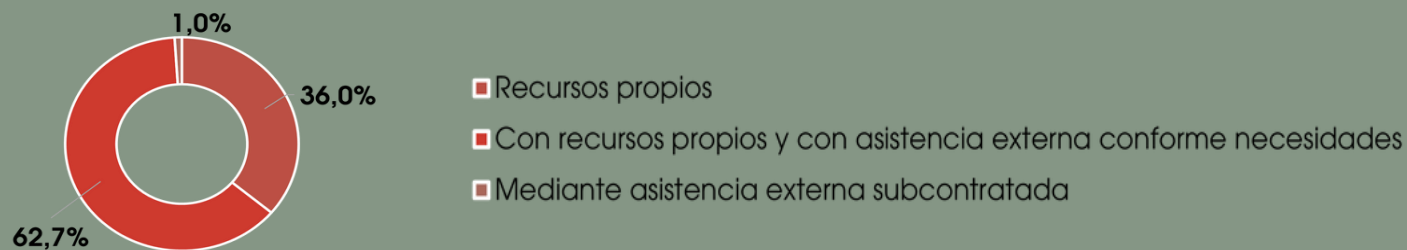


P5 ¿El destino es gestionado por un director o un perfil profesional específico?

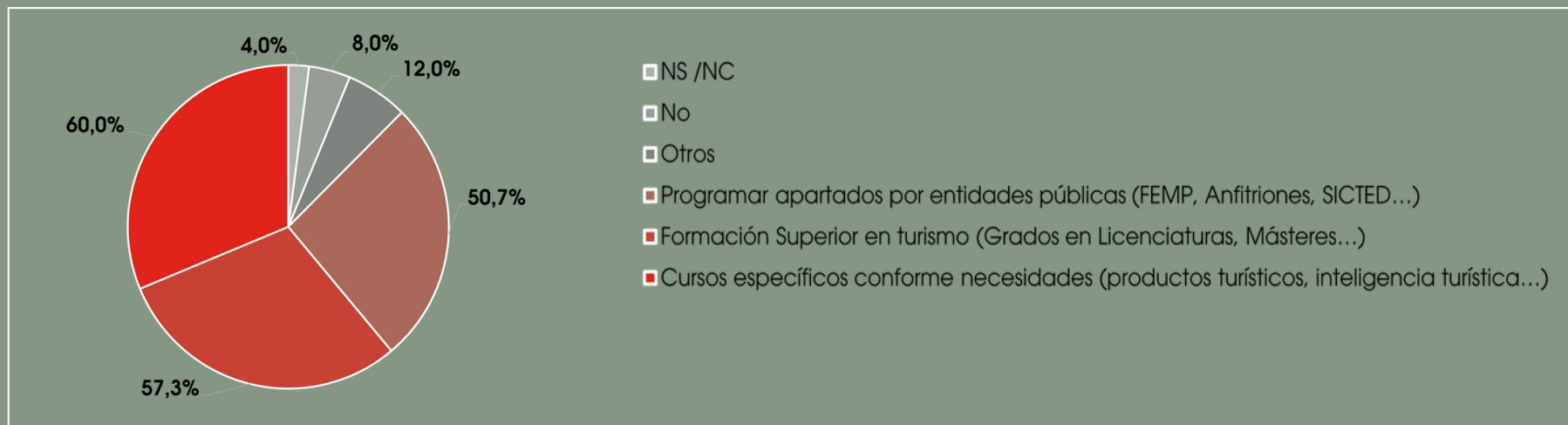


Una gran proporción de destinos cuenta con un **equipo técnico propio**, indicando una inclinación hacia la **autogestión** con un **70%**. Esta autonomía es complementada con asistencia externa, demostrando una gestión flexible y adaptada a las diversas necesidades de cada destino.

P6 ¿Con qué tipo de recursos se gestiona el destino?



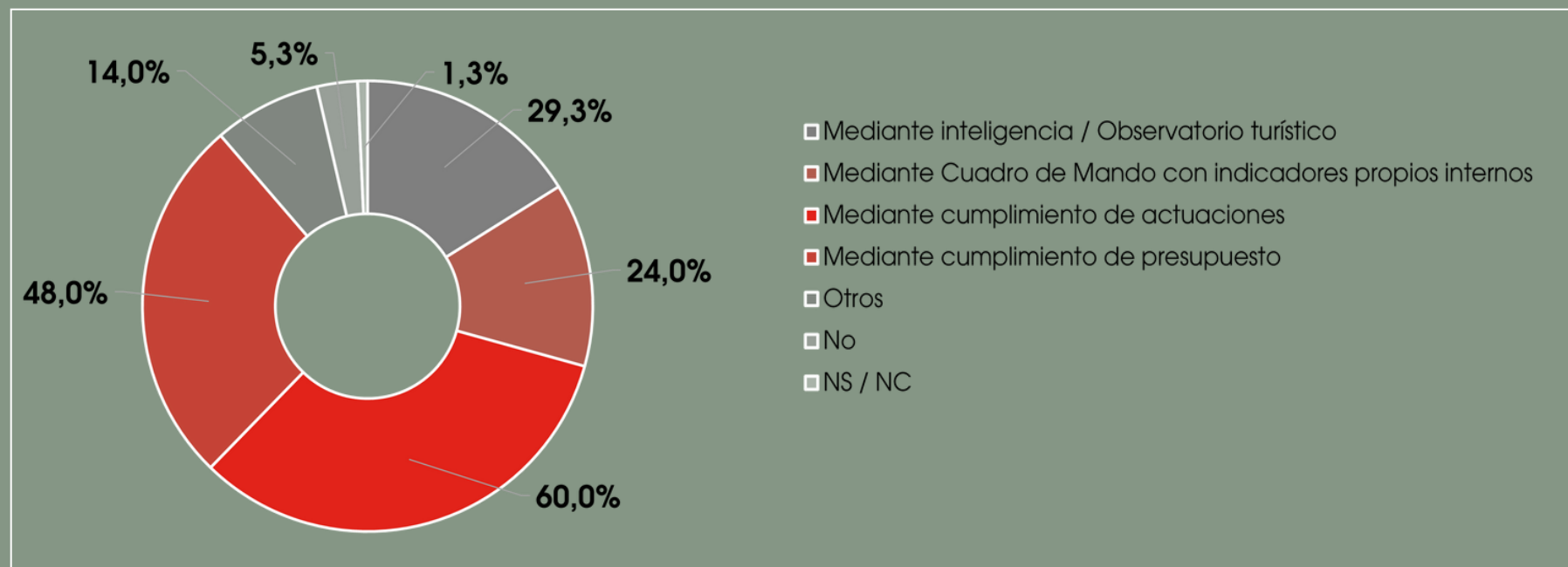
P7 ¿El Equipo Gestor realiza o ha realizado formación/capacitación específica para profesionalizar el Destino?



A parte, la **formación continua** y especializada es uno de los pilares en la consecución de una gestión sostenible, siendo un indicativo de la **búsqueda de la excelencia** en el servicio. Se refleja en un **60,5%** de los gestores que han participado en cursos, beneficiándose de programas ofrecidos por entidades públicas.

Esta **inversión en capital humano** mejora las competencias individuales e impulsa la innovación y la calidad del turismo.

P8 ¿Realiza algún tipo de seguimiento y evaluación de la situación turística del Destino?



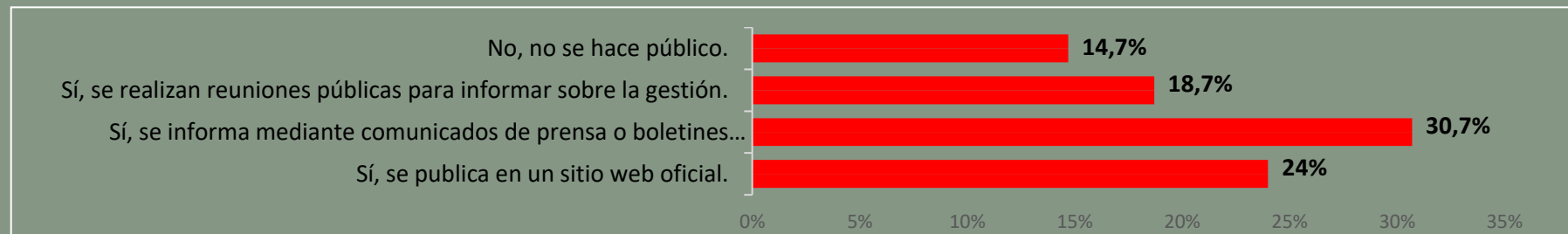
El seguimiento y evaluación de la situación turística del destino, sigue centrándose en el cumplimiento de las actuaciones (**60%**) y del presupuesto programado (**48%**). La transparencia y la realización de seguimiento público son esenciales para una visión sostenible y la confianza de los **stakeholders**.

GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

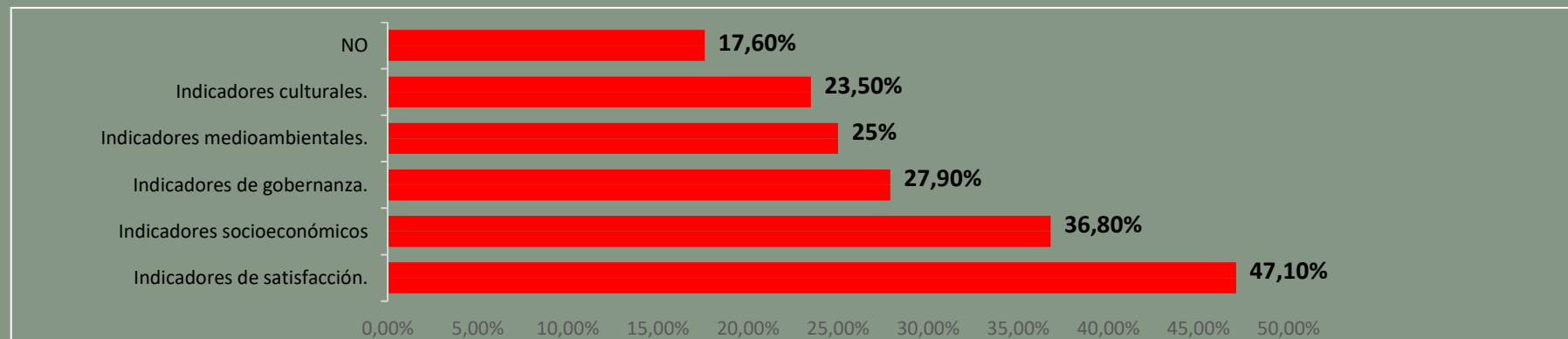
Ámbito 4: Seguimiento y Evaluación del Destino y del Impacto Turístico

Bloque 1

P9 ¿El seguimiento de la gestión del destino se realiza de manera pública y transparente?



P10 En caso de realizar seguimiento mediante indicadores (turísticos y/o generales) ¿Qué tipo de indicadores utiliza?





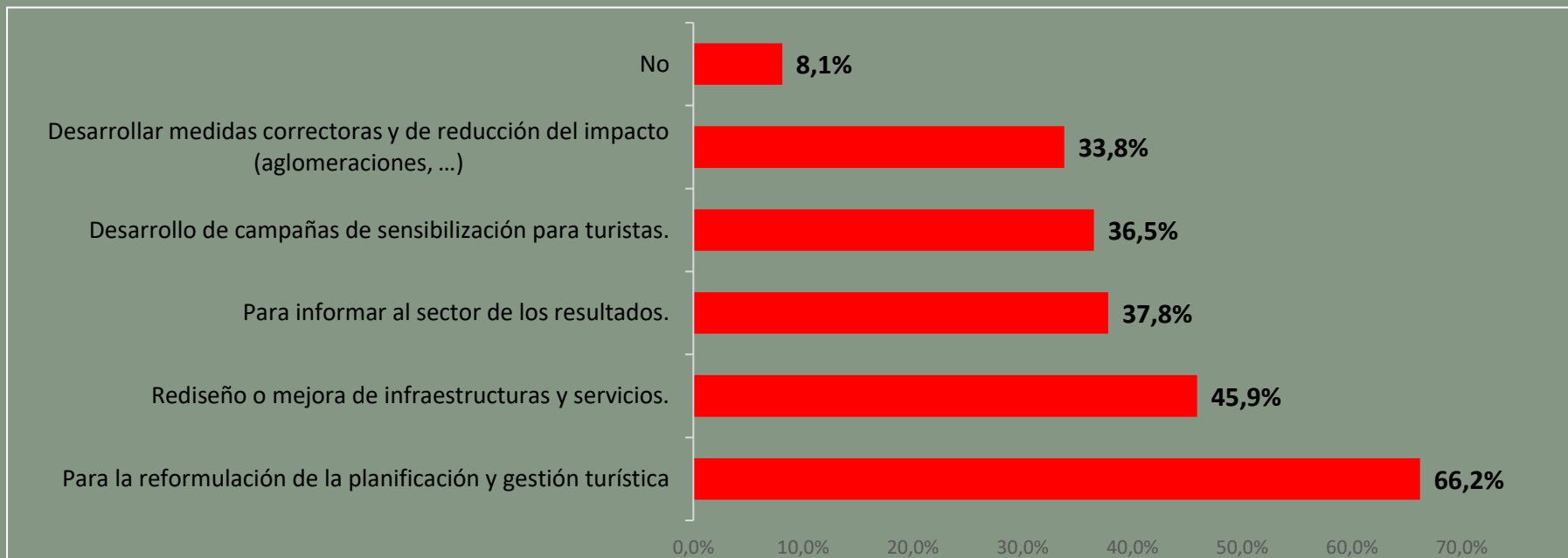
P11 ¿Utiliza alguna herramienta o metodología para monitorizar el impacto turístico?



Importancia en la **monitorización** del impacto turístico. Las ayudas destinadas a los destinos turísticos en materia de **transición digital** están permitiendo el acceso a estas herramientas y generalizando su uso.



P12 ¿Utiliza su Destino la información recopilada para desarrollar políticas o actuaciones de mejora turística?



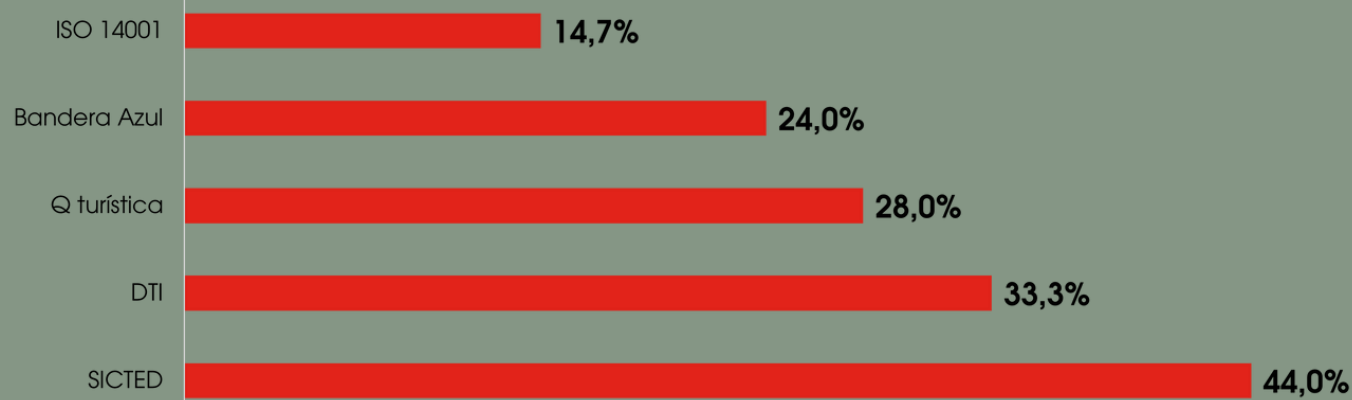
En cuanto a la utilización de la información recopilada para el **desarrollo de políticas** o **actuaciones de mejora turística**, un **66,2%** de los destinos están integrando estos datos en la planificación y gestión turística. Indica una tendencia hacia la **utilización de la información para mejorar la experiencia turística** y la sostenibilidad de los destinos.

GESTIÓN GENERAL DEL DESTINO

Ámbito 6: Certificaciones y Distinciones de Calidad

Bloque 1

P13 ¿Tiene su destino turístico alguna certificación o distinción de calidad en materia turística y/o de sostenibilidad?



En el terreno de las certificaciones y distinciones de calidad, un **13,3%** de los destinos no han obtenido **ninguna certificación**. No obstante, la gran mayoría de los destinos destacan por su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.

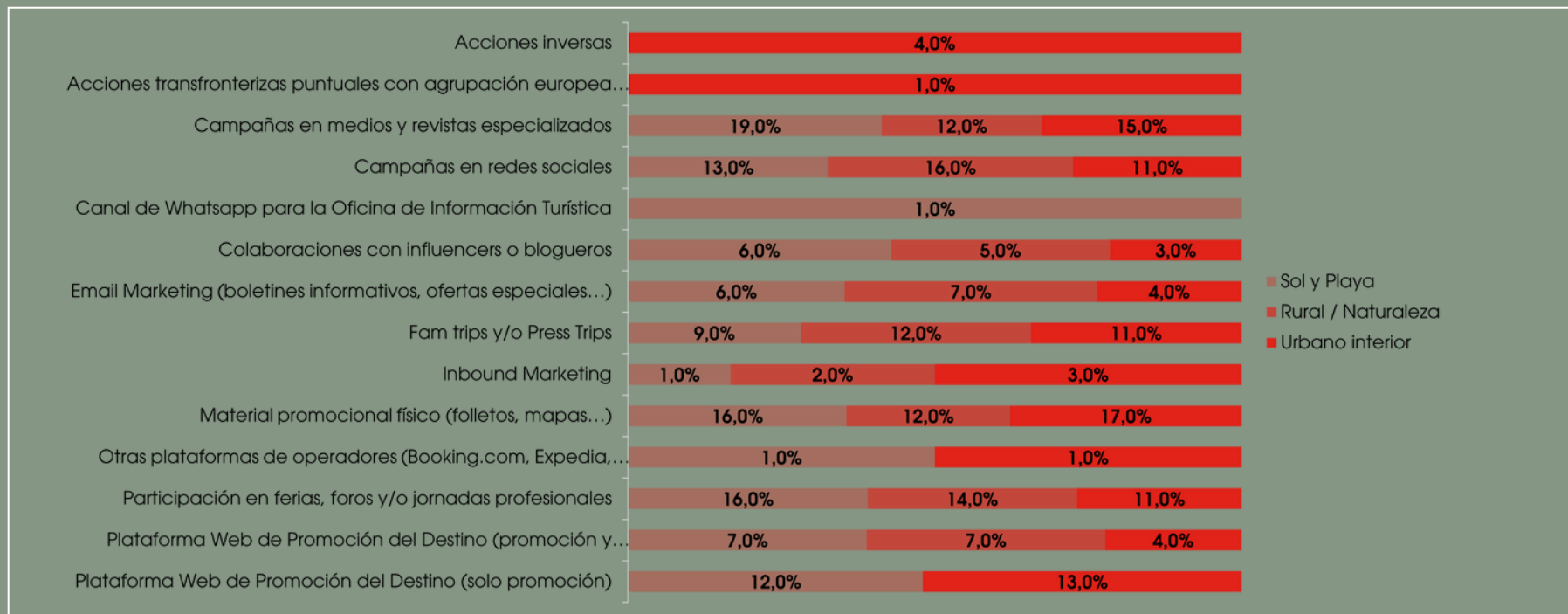
El **SICTED** es el distintivo más extendido, con un **44%** de los destinos encuestados certificado, reflejando un esfuerzo generalizado para adherirse a estándares de calidad

PRODUCTOS Y PROMOCIÓN DEL DESTINO

Bloque 2



P14 ¿Utiliza su Destino algún canal de comunicación y marketing para promocionarse?



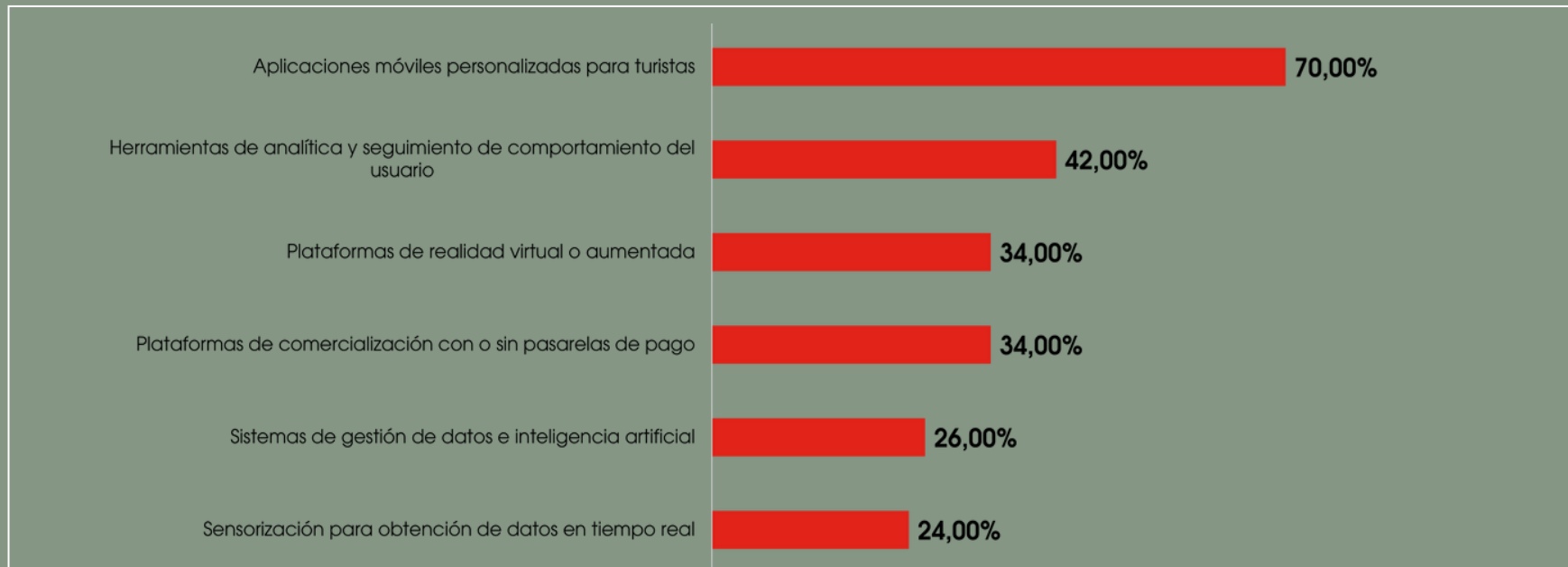
La digitalización ha transformado el marketing y la comunicación en el sector turístico. La promoción turística en la era digital no se limita a la mera publicidad; abarca una **interacción más dinámica y personalizada** con los potenciales visitantes. Las estrategias de marketing y comunicación deben ser cada vez **más creativas y eficientes** para destacar en un mercado saturado y garantizar que los mensajes lleguen a un público cada vez más disperso y variado.

PRODUCTOS Y PROMOCIÓN DEL DESTINO

Ámbito 8: Tecnologías aplicadas de Información y Promoción Turística: herramientas tecnológicas

Bloque 2

P15 ¿Qué tecnologías o herramientas tecnológicas utiliza su Destino en materia turística?



La incorporación de tecnología en el sector turístico es un factor clave en la evolución del turismo. La **digitalización** ofrece herramientas avanzadas para la gestión, el análisis de datos e interacción con los turistas.

PRODUCTOS Y PROMOCIÓN DEL DESTINO

Ámbito 8: Tecnologías aplicadas de Información y Promoción Turística: herramientas tecnológicas

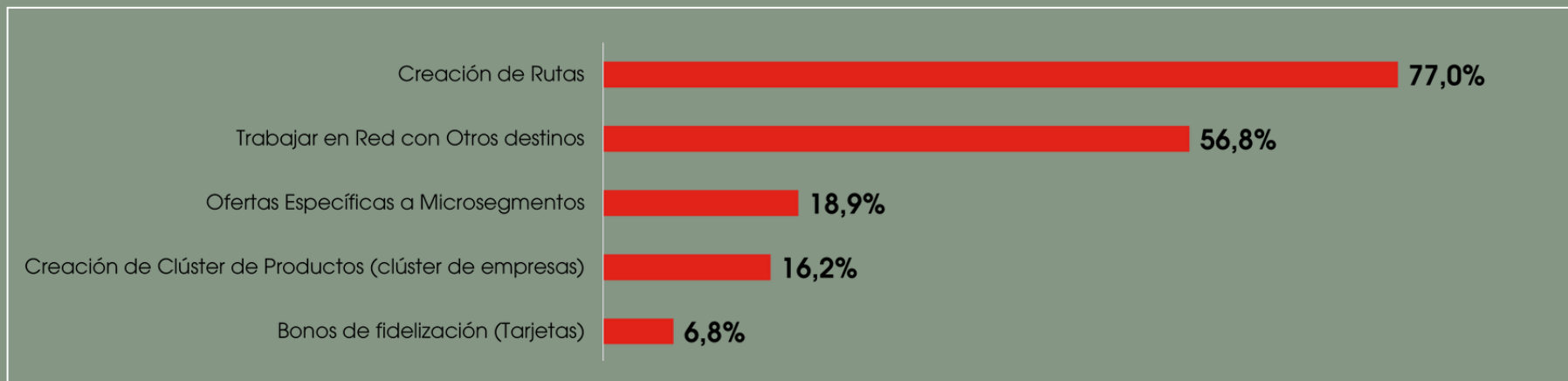
Bloque 2

P16 ¿Qué retos ha encontrado su destino en el uso de herramientas tecnológicas?



El ámbito de las tecnologías aplicadas refleja una industria que está en **constante búsqueda de innovación**. Las aplicaciones móviles personalizadas para turistas lideran como la herramienta tecnológica más utilizada. Sin embargo, con la adopción de tecnología surgen nuevos retos como el **costo de implementación y mantenimiento**.

P17. ¿Qué tipo de acciones realiza su destino para consolidar y diversificar sus productos turísticos?



En esta área, los destinos buscan fortalecer su oferta turística y atraer a diversos segmentos de mercado mediante la **creación de experiencias únicas**. La creación de rutas es la acción más prevalente (**77%**), reflejando la tendencia de los destinos a estructurar y enriquecer la experiencia turística.

Las ofertas específicas a microsegmentos muestran una **orientación hacia la especialización y la personalización**, buscando atender las necesidades y preferencias de distintos tipos de turistas.

Existen destinos que han implementado múltiples acciones para **fortalecer su oferta turística**. La colaboración con otros destinos y la participación en clubes de producto, son esfuerzos para expandir su alcance y ofrecer una experiencia más integrada.

P18 ¿Facilita su Destino el desarrollo turístico a las empresas mediante actuaciones de incentivo o apoyo?



P19 ¿Trabaja su Destino a través de Clubes de producto o similar?

Cubes de Producto Turístico (Asociaciones de Oferta Turística)

44,0%

23,0%

38,0%

Colaboraciones puntuales o específicas (Ej. Rutas Gastronómicas; de tiendas ; etc)

44,0%

54,0%

54,0%

■ Rural / Naturaleza ■ Sol y Playa ■ Urbano Interior

P20 En estas colaboraciones público-privadas, ¿cuál es el principal objetivo que busca alcanzar el Destino?



Estos **patrones de colaboración** ilustran cómo los diferentes tipos de destinos turísticos adaptan sus estrategias de colaboración para **maximizar sus fortalezas** y atraer a visitantes en un mercado competitivo. Se prioriza el **desarrollo económico local**, con un **83%** de los destinos centrados en este objetivo. Este enfoque está acompañado de estrategias para garantizar un turismo resiliente y adaptable, como la **desestacionalización y la diversificación turística**.

No se descuidan otros aspectos importantes como la **preservación del patrimonio cultural** y la **conservación medioambiental**, con más de la mitad de los destinos (**56% y 47%** respectivamente) enfocándose en estas áreas. Estos destinos, no solo se enfocan en el crecimiento económico, sino que también se comprometen con la preservación de su patrimonio cultural y medioambiental.

ADECUACIÓN DEL DESTINO

Bloque 3

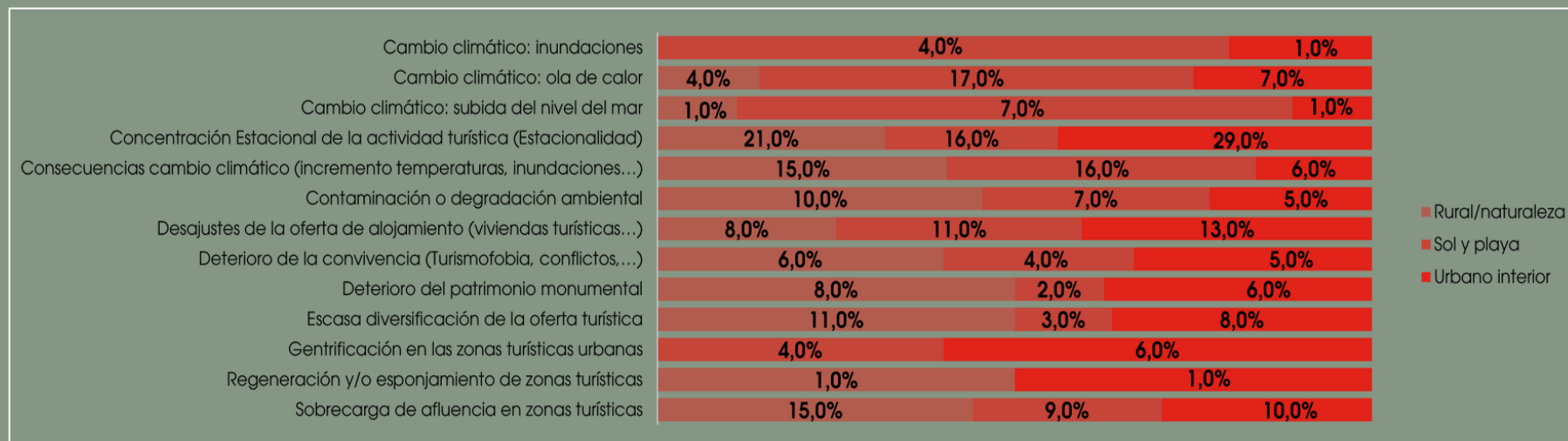


ADECUACIÓN DEL DESTINO

Ámbito 11: Conservación y mejora del medio ambiente

Bloque 3

P21 ¿Cuáles son los principales retos turísticos y ambientales a los que se enfrenta su Destino?



La conservación ambiental en el sector turístico es crucial y presenta varios **desafíos**:

- Los destinos rurales deben manejar la **estacionalidad**.
- Los destinos de sol y playa enfrentan olas de calor y subida del nivel del mar debido al **cambio climático**.
- Los destinos urbanos interiores lidian con problemas demográficos, de **conectividad y accesibilidad**.

Estos lugares deben equilibrar la preservación del patrimonio con la demanda turística, revitalizarse demográfica y económicamente, y mejorar infraestructura y servicios. **Un Plan de Sostenibilidad Turística** incluye medidas de sensibilización, regeneración ambiental, eficiencia energética, recogida selectiva de residuos, y estrategias para reducir el impacto ambiental como aparcamientos disuasorios y el fomento del uso de la bicicleta y la caminabilidad.

ADECUACIÓN DEL DESTINO

Ámbito 11: Conservación y mejora del medio ambiente

Bloque 3

P22 ¿Ha puesto en marcha su Destino algún tipo de iniciativa para aumentar la sostenibilidad del sector turístico?

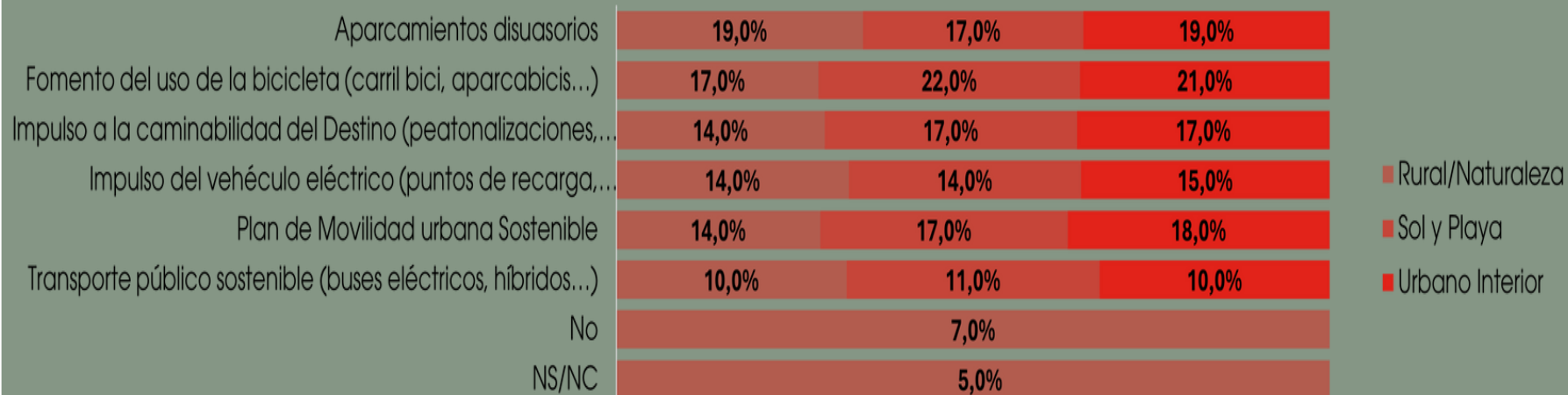


ADECUACIÓN DEL DESTINO

Ámbito 11: Conservación y mejora del medio ambiente

Bloque 3

P23 ¿Está llevando a cabo actuaciones de movilidad sostenible en el Destino?

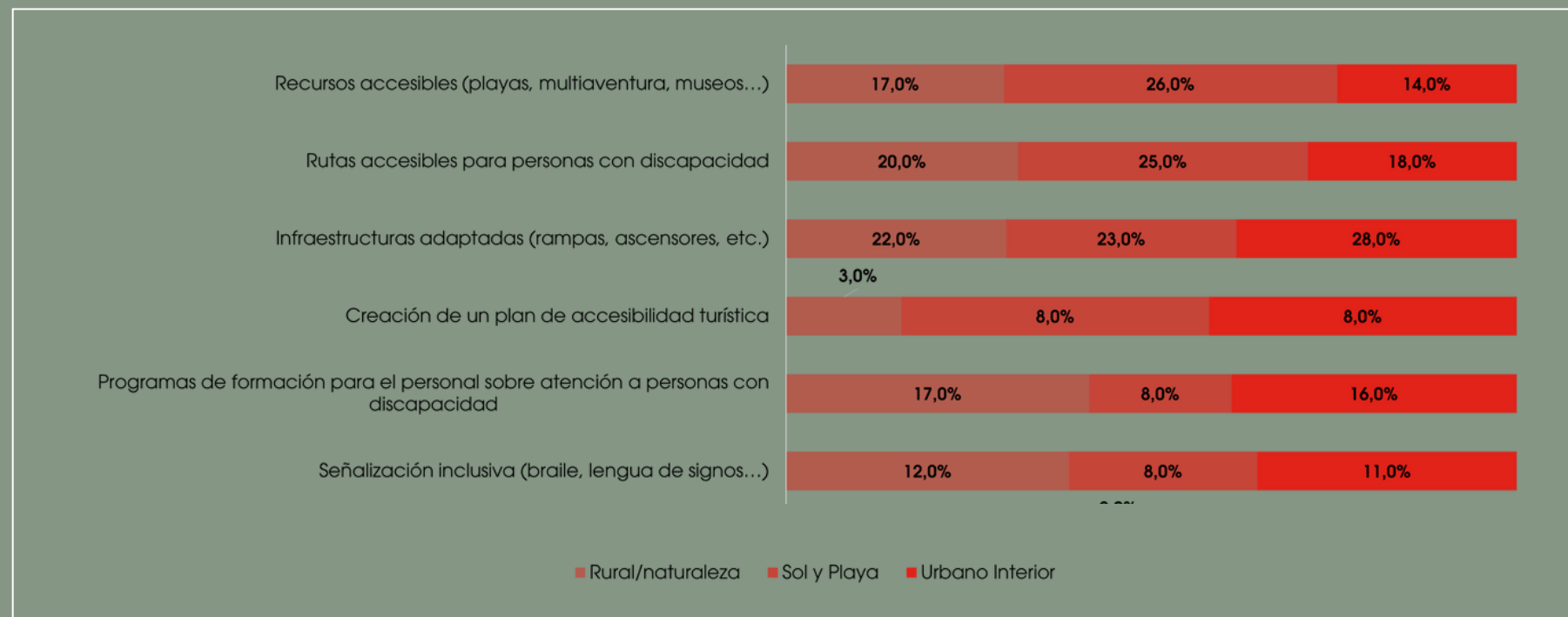


ADECUACIÓN DEL DESTINO

Ámbito 12: Accesibilidad Turística

Bloque 3

P24 ¿Qué medidas ha implementado su organización para garantizar que el Destino es inclusivo para todas las personas indiferentemente de su condición?



ADECUACIÓN DEL DESTINO

Ámbito 12: Accesibilidad Turística

Bloque 3

P24 ¿Qué medidas ha implementado su organización para garantizar que el Destino es inclusivo para todas las personas indiferentemente de su condición?

La **accesibilidad turística** es un ámbito esencial para la inclusión y el disfrute pleno de los destinos. Este compromiso con la accesibilidad refleja una **cuestión de equidad** y una ampliación del mercado turístico al hacer los destinos más acogedores para todos. Al analizar las **medidas implementadas para garantizar la inclusión**, se observa que las infraestructuras adaptadas, como rampas y ascensores son comunes.

Sin embargo, la creación de un plan de accesibilidad turística representa un área de mejora, ronda entre el **3%** y el **8%** en todos los tipos de destinos. Dentro de los destinos analizados destacan aquellos, que han desarrollado una aplicación con rutas para personas con visibilidad reducida, demostrando un **enfoque progresista de inclusión**.



CONCLUSIONES

La sostenibilidad en destinos turísticos en España enfrenta una **dualidad de retos y oportunidades** para su desarrollo y consolidación en el mercado global.

El estudio revela un esfuerzo por alinear el desarrollo económico con la sostenibilidad y la innovación tecnológica, abriendo **camino hacia la reinvención** y mejora continua del sector.

CONCLUSIONES

A photograph of a modern wooden building with a balcony. The building has a dark roof and a balcony with a metal railing. A wicker chair is visible on the balcony. The building is surrounded by greenery.

61%

de destinos ha adoptado Planes de Sostenibilidad Turística, reflejando la importancia de preservar recursos naturales y culturales.

44%

de los destinos articulan sus objetivos a través de Planes Estratégicos de Turismo, evidenciando un impulso hacia la planificación a largo plazo.

28%

de los destinos avanzan hacia la digitalización con la implementación de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) en la experiencia turística

CONCLUSIONES



70%

En los modelos de gobernanza participativa destacan la colaboración y transparencia entre actores locales

Con equipos de técnicos propios de los destinos.

La financiación combina recursos propios con asistencia externa, adaptándose a las necesidades específicas de cada destino

13%

Solo 13% de destinos no tienen certificación.

La mayoría acreditan su compromiso con la calidad, siendo SICTED y DTI los más comunes.

CONCLUSIONES



17%

Diversificación de estrategias de marketing y promoción, pero con margen para mejorar en la gestión del impacto turístico, especialmente en la monitorización.

Oportunidades de mejora porque el 17% no cuenta con tecnologías para la monitorización del impacto turístico

Algunos destinos empleando datos de acceso a plataformas y análisis de redes sociales.

83%

La creación de rutas temáticas y la colaboración en red son prácticas comunes y exitosas para ofrecer experiencias turísticas enriquecedoras.

CONCLUSIONES

Destaca el **ENFOQUE HACIA EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL** de los destinos

Se manifiesta **DESAFÍOS** de conservación ambiental y gestión de infraestructura, con distintos problemas según el tipo de destino (rural, de sol y playa, urbano).

Se necesitan **SOLUCIONES INTEGRALES**: conservación, revitalización demográfica, mejora de la infraestructura y la adaptación a nuevas dinámicas turísticas.

El **RETO** de **EQUILIBRAR** el **CRECIMIENTO** con la necesidad de ser **RESILIENTE** y sostenible: ¿cómo? planificación, gestión participativa y adopción de tecnología.

LA TRANSICIÓN HACIA UN MODELO MÁS SOSTENIBLE ES UNA OPORTUNIDAD INVALUABLE PARA REDISEÑAR EL FUTURO DEL TURISMO EN ESPAÑA.

UN FUTURO DONDE EL TURISMO NO SOLO SEA MÁS QUE UNA FUENTE DE INGRESOS ECONÓMICOS