

Hacia la Transición Circular y Sostenible de las Empresas Turísticas



Junio 2022

Elaborado por FI Group



Autoras: Raquel Santos-Lacueva, Rocío Luque

Panel de expertos: Inmaculada de Benito (CEOE), Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM); AENA; Asociación de Líneas Aéreas (ALA); Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro (ASHOTEL); Confederación Regional Empresarial Extremeña (CREEX); CEOE – Tenerife; Federación Asturiana de Empresarios (FADE); Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos Con y Sin Conductor (FENEVAL); Garden Hotels; Instituto Tecnológico Hotelero (ITH); Federación Empresarial Hotelera de Mallorca (FEHM); Grupo Barceló; y miembros del Consejo de Turismo de la CEOE.

Resumen Ejecutivo

Considerando la importancia socioeconómica del turismo en España y el compromiso de las empresas turísticas para contribuir a la transición del sector hacia un modelo más sostenible y circular, se ha elaborado este documento. El informe se enmarca en el contexto del Grupo de Trabajo de Circularidad de la CEOE y ha contado con la participación de diferentes empresarios y expertos del sector turístico en España.

Los objetivos principales son tres: visibilizar la contribución de las empresas turísticas a la transición del modelo turístico; identificar oportunidades y obstáculos que presentan las empresas para incorporar medidas de sostenibilidad y de circularidad; y establecer propuestas estratégicas que faciliten la alineación de la transición propuesta de manera conjunta con las Administraciones y el tejido empresarial y asociativo y la que realmente pueden llevar a cabo las empresas.

En primer lugar, se pone de manifiesto la necesidad de acotar los conceptos de sostenibilidad y de circularidad para conseguir orientar los esfuerzos hacia una misma dirección. La sostenibilidad se entiende en su triple vertiente -ambiental, social y económica- y la circularidad como un cambio de modelo en la producción y el consumo turístico, imprescindible para poder hablar de sostenibilidad futura de la actividad turística.

Adicionalmente, se identifican diferentes tipos de instrumentos con los que cuenta la Admi-

nistración Pública, a disposición del tejido empresarial, para impulsar la transición turística, más allá de la financiación y la regulación. No obstante, se reconoce que, desde el punto de vista empresarial, resultan más efectivos los incentivos que los regulatorios o limitantes.

Por otro lado, las empresas tienen diferentes motivaciones para implementar este tipo de medidas, destacando el incremento de rentabilidad, de reputación y la contribución altruista a la mejora del destino. Respecto a los obstáculos identificados, en el contexto empresarial español son más relevantes los vinculados con los límites económicos, normativos y administrativos y la capacitación.

Finalmente, el documento incluye algunas propuestas para favorecer la transición turística y conciliar los objetivos de la Administración Pública con las oportunidades empresariales. Se concluye que el cambio de modelo no podrá reducir las ganancias económicas ni suponer un aumento del desempleo, por tanto, sólo podemos hablar de transición y evitar un cambio brusco de modelo.

Este cambio de modelo incluye medir las ganancias con indicadores sociales y ambientales, además de con indicadores económicos. Por tanto, cierta reducción de ganancias económicas se podría ver compensada por su contrapartida en ganancias sociales y/o ambientales, que redundan sobre las económicas a largo plazo.



ÍNDICE

Hacia la Transición Circular y Sostenible de las Empresas Turísticas

1. Introducción	6
2. Sostenibilidad y Circularidad del Turismo: la Necesidad de Acotar Conceptos	10
2.1. Temas Clave del Turismo Sostenible en la Actualidad	
2.2. Temas Clave de la Circularidad del Turismo en la Actualidad	
3. Instrumentos para la Transición Circular y Sostenible del Turismo	16
4. Incorporar la Circularidad y la Sostenibilidad a las Empresas Turísticas	22
4.1. Motivaciones	
4.2. Barreras	
5. Buenas Prácticas de Circularidad y Sostenibilidad en Empresas Turísticas Españolas	27
6. Propuestas para Facilitar la Transición Circular y Sostenible de las Empresas Turísticas Españolas	38
Referencias	41

1

Introducción

1. Introducción

El turismo es un sector estratégico en España, tanto por su capacidad para generar empleo, como por potencialidad motriz sobre otros sectores de la economía. Al mismo tiempo, ha sido uno de los sectores económicos más castigados por la crisis ocasionada por la covid19, ya que afectó directamente a la movilidad, característica intrínseca a la actividad turística. Más en detalle, mientras que en 2019 el turismo suponía el 12,4% del PIB, en 2020 cayó por debajo del 6%. Respecto al empleo, en los últimos años los afiliados a la seguridad social en actividades relacionadas con el sector turístico suponían más del 12% de los trabajadores, llegando al 12,7% en 2019. A diferencia del PIB, el empleo sólo disminuyó un punto porcentual en 2020 debido a la figura de los ERTES.

Actualmente, nos encontramos en un contexto de recuperación, impulsado por los Fondos Next Generation y articulados en nuestro país por el Plan España Puede. Concretamente, es el componente 14 el que identifica las líneas de actuación prioritarias para el turismo en el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico. Estos ejes estratégicos

se justifican en la necesidad de enfrentar diferentes retos de carácter global que pueden poner en cuestión la sostenibilidad futura del turismo como, por ejemplo, el cambio climático, la seguridad mundial o las crisis sanitarias. Además, el turismo español debe abordar retos de carácter estructural y que afectan a su competitividad, como puede ser la alta dependencia de ciertos mercados y de la oferta de sol y playa, la estacionalización, la masificación que sufren determinados enclaves o los impactos ambientales y sociales en los destinos en los que se desarrolla la actividad.

Por otro lado, el sector debe adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda, algunas de ellas intensificadas y aceleradas a partir de la pandemia. Por ejemplo, la mayor preocupación por la seguridad sanitaria y la higiene, el mayor grado de sensibilización sobre la sostenibilidad del turismo, los nuevos hábitos y modelos de trabajo digitales que requieren nuevos servicios, y la demanda más intensa de servicios especializados, personalizados y digitales y experiencias gamificadas.



Todo lo expuesto va acompañado de forma transversal por los cuatro objetivos que se persiguen a nivel país en el Plan España Puede: transición ecológica, transformación digital, cohesión social y territorial e igualdad de género. Por las características del turismo, se considera un sector clave para su consecución. Además, para cumplir dichos objetivos es necesario un cambio de modelo de producción y consumo, tal y como recoge la Estrategia Española de Economía Circular 2030.

Así pues, el sector empresarial del turismo español se encuentra en disposición de colaborar y contribuir a los grandes retos socioeconómicos y ambientales que enfrenta el país. No obstante, se identifican algunos obstáculos que impiden una implicación más intensa en la transición sostenible y circular que se persigue, siendo necesario conciliar las exigencias ambientales y sociales con la competitividad del sector. Se considera que el éxito de la transición turística radicará en la capacidad para involucrar a toda su cadena de valor de forma efectiva.

Este informe aborda la transición turística, entendiendo la sostenibilidad como un criterio necesario en la gestión del turismo para asegurar la durabilidad futura de este sector.

La sostenibilidad incluye diferentes ideas y planteamientos tal y como se abordará en la segunda sección. No obstante determinados enfoques como el de la circularidad están adquiriendo mayor relevancia en los últimos tiempos. Por este motivo, este documento aborda la sostenibilidad ligada a la circularidad del modelo turístico, siendo el sistema de producción y consumo un aspecto que se entiende imprescindible para alcanzar la sostenibilidad del turismo.

En este sentido, los **objetivos** de este documento son:

- 1) Visibilizar la contribución de las empresas turísticas españolas a la transición sostenible y circular del turismo.
- 2) Recopilar las oportunidades y las dificultades que presentan las empresas para incorporar medidas de sostenibilidad y circularidad.
- 3) Establecer propuestas estratégicas que puedan facilitar la alineación de la hoja de ruta institucional para la sostenibilidad y la circularidad del turismo con la perspectiva del tejido empresarial español.

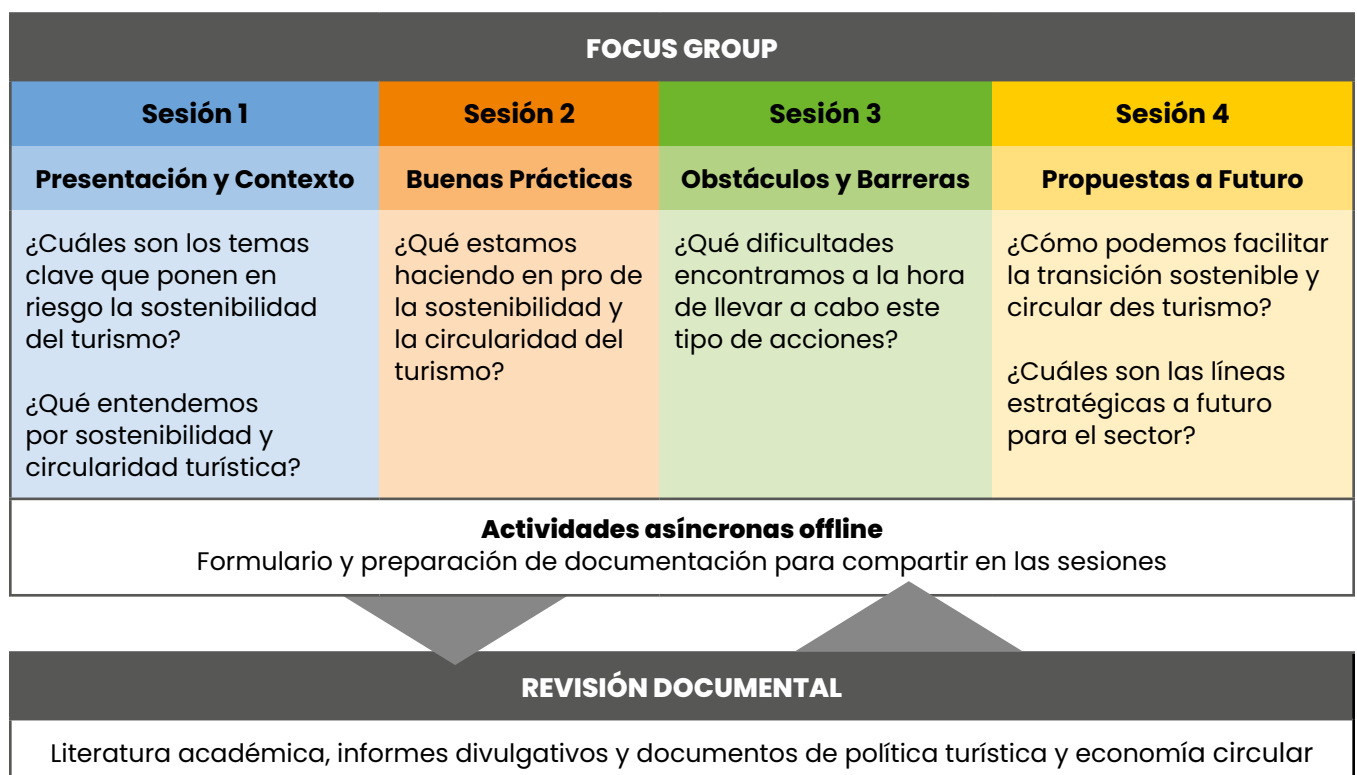


Para cumplir estos objetivos se ha combinado la revisión bibliográfica con una **metodología** cualitativa de carácter participativo, que ha permitido incorporar la experiencia, conocimiento y opiniones de las empresas turísticas españolas representadas por la CEOE. De este modo, por un lado, se ha llevado a cabo una revisión documental tanto de fuentes académicas como institucionales, incluyendo literatura científica, informes divulgativos referentes en la materia y documentos de política turística y de economía circular en el ámbito nacional y europeo. Por otro lado, se ha realizado un focus group titulado “Turismo y Circularidad” articulado en el marco de la CEOE. Este grupo de trabajo se ha realizado en cuatro sesiones online (sincrónicas) y diferentes actividades offline (asíncronas), como formularios o preparación de documentación para compartir en las sesiones, tal y como se resume en la Figura 1. Este focus group ha contado con la participación de casi una veintena de representantes y expertos del empresariado turístico español.

En este contexto, se ha realizado el informe “Hacia la transición circular y sostenible de las empresas turísticas” que se **estructura**

en seis secciones. A la presente introducción le sigue una segunda sección de conceptualización, que identifica los principales temas clave en relación a la sostenibilidad y la circularidad y pone de manifiesto la necesidad de acotar ambos conceptos para mejorar su operatividad en el ámbito turístico. En tercer lugar, se recogen los principales instrumentos con los que cuenta la Administración Pública para incentivar la adhesión de las empresas a la transición sostenible y circular del turismo. Después, en la cuarta sección se identifican tanto las motivaciones principales de las empresas para incorporar este tipo de medidas, como las mayores dificultades, en general y según los diferentes subsectores y tamaño de las empresas. En quinto lugar, se exponen un conjunto de buenas prácticas identificadas entre los participantes del Grupo de Trabajo de Turismo y Circularidad de la CEOE, así como las dificultades más relevantes para llevarlas a cabo exitosamente. Finalmente, este informe se cierra con un apartado de propuestas para facilitar la transición sostenible y circular de las empresas turísticas en el contexto español, desarrolladas y consensuadas por los participantes del ya mencionado Grupo de Trabajo.

Figura 1. Metodología.
Elaboración propia.



2

**Sostenibilidad y
Circularidad
del Turismo:
la Necesidad de
Acotar Conceptos**

2. Sostenibilidad y Circularidad del Turismo: la Necesidad de Acotar Conceptos

Hace varias décadas que se habla de sostenibilidad turística, sin embargo, la amplitud del concepto y su propia evolución dificultan el consenso sobre su concepción. Hoy en día, hablar de sostenibilidad también implica hablar de circularidad y en los últimos años las estrategias de turismo sostenible han comenzado a incorporar entre sus objetivos la voluntad de hacer el turismo más circular.

Tanto la literatura científica, como las percepciones de los participantes en el Grupo de Trabajo de Turismo y Circularidad de la CEOE manifiestan la diversidad de enfoques y la necesidad de acotar los conceptos para facilitar tanto su puesta en práctica como el entendimiento entre los diferentes agentes turísticos. A continuación, se identifican las cuestiones clave que debemos considerar a la hora de hablar de sostenibilidad y de circularidad en relación al turismo.

2.1. Temas clave del turismo sostenible en la actualidad

En 1995 la idea de turismo sostenible surge principalmente vinculada a cuestiones medioambientales, pero hoy en día hablar de turismo sostenible implica ir más allá. El turismo sostenible no es un nicho turístico ni un tipo de producto, sino que es una forma de gestionar el turismo con pretensiones de durabilidad futura y teniendo en cuenta el equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas,

sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2022). Más concretamente, la OMT (2022) establece tres requisitos que debe cumplir el turismo sostenible:

- 1) “Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.”

Las estrategias más recientes en el contexto europeo y español sobre sostenibilidad turística son las siguientes:

- ▶ Estrategia de Turismo Sostenible España 2030.
- ▶ Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico (Componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia).
- ▶ Hoja de Ruta para la Transición Turística (Comisión Europea, 2022).

Si tomamos como base dichas estrategias, podemos identificar las cuestiones clave que a día de hoy se están vinculando a la idea de turismo sostenible desde el punto de vista de la gestión turística. Se explican a continuación y se resumen en la Figura 2:

1) Para hablar de sostenibilidad turística, deben considerarse los tres ejes de actuación: **ambiental, sociocultural y económico**. Fruto de la evolución del concepto, cada vez están cobrando más relevancia las cuestiones del eje social de la sostenibilidad, aunque las actuaciones medioambientales siguen siendo prioritarias. La Tabla 1 muestra ejemplos de prácticas de sostenibilidad en empresas turísticas para los tres ejes de actuación extraídos de los criterios establecidos por el Global Sustainable Council (GSTC, 2016) y de la Guía para un Turismo Sostenible promovida por la Red Española para el Desarrollo Sostenible y el Instituto de Turismo Responsable (Azcárate et al., 2019).

2) La **transición verde** es una de las prioridades clave para la sostenibilidad del turismo. En este aspecto es dónde se enmarca el fomento de la economía circular. Además, deben tenerse en cuenta las implicaciones del cambio climático en la actividad turística y debe impulsarse la adaptación del sector para garantizar su sostenibilidad ante nuevas condiciones climáticas como, por ejemplo, temperaturas más altas y episodios de sequía más intensos. Al mismo tiempo, se promueve la mitigación y la reducción de emisiones de efecto invernadero que genera el turismo y que intensifican el cambio climático. En esta línea, también cobra cada vez mayor atención la necesidad de una movilidad sostenible.

3) La **digitalización** y la **inteligencia turística** han acelerado su incorporación a la actividad turística a partir de la pandemia. No obstante, se aprecian diferentes ritmos en la adopción de soluciones digitales en el sector turístico. La digitalización en clave de sostenibilidad sirve para: ser más eficientes y más competitivos; ofrecer mejores experiencias y ser más atractivos; y obtener datos que transformamos en inteligencia turística para mejorar la toma de decisiones.

Tabla 1. Ejemplos de prácticas de sostenibilidad en empresas turísticas. Elaboración propia a partir de GSTC (2016) y Azcárate et al., (2019).

EJE AMBIENTAL	EJE SOCIOCULTURAL	EJE ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none"> - Priorización de proveedores certificados medioambientalmente. - Implementación de medidas de eficiencia energética y mejora de la gestión del agua. - Gestión de residuos enfocada a la reducción de los mismos y mejora del reciclaje y la reutilización. - Apoyo a la conservación de la biodiversidad local. - Medidas de adaptación al cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de materiales y técnicas locales. - Instalaciones y actividades accesibles para personas con discapacidad física y otras necesidades especiales. - Capacitación del personal sobre el patrimonio natural y cultural del destino. - Información disponible sobre el comportamiento adecuado de los turistas en el área local. - Fomento de la igualdad de género. - Inserción laboral de personas vulnerables, en riesgo de exclusión social, o con diversidad funcional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento del empleo local. - Medidas de atracción y mantenimiento del talento, enfocadas a la mejora de condiciones laborales y la conciliación. - Compra consciente, teniendo en cuenta el abastecimiento de productos y servicios, la proximidad, temporalidad, calidad y los procesos de producción. - Incentivar el consumo local de los turistas. - Creación de productos y experiencias turísticas que diversifican y desestacionalizan la oferta turística.

4) En relación a la dimensión social, deben tenerse presentes los impactos que causa el turismo en el entorno sociocultural para solventarlos, pero también su capacidad motriz, como actividad transversal, para mejorar la **cohesión social** y **territorial**. Por ejemplo, puede mencionarse la capacidad tractora del turismo hacia otros sectores productivos como el agroalimentario, y el potencial para fomentar el consumo de productos de proximidad y la dieta mediterránea. Acciones de este tipo pueden contribuir a dinamizar las zonas rurales y a reducir el desequilibrio territorial a nivel socioeconómico.

5) Sobre la sostenibilidad económica del turismo, un gran reto es ser capaces de mantener y atraer talento, mejorando el **mercado laboral** y teniendo plantillas cualificadas. En la actualidad, algunas empresas han manifestado dificultades a la hora de completar las plantillas de trabajadores para sus establecimientos, principalmente en los subsectores de alojamiento y restauración.

6) También impulsado a raíz de la pandemia, otro de los conceptos vinculados a la sostenibilidad y que ha cobrado mayor peso es el de **resiliencia**. La resiliencia tiene que ver con la capacidad de recuperación ante crisis y situaciones disruptivas como la desencadenada por la covid19 o las que pueden ocasionar los desastres naturales.

7) La **gobernanza** es una forma de gobierno basada en la colaboración y la participación de múltiples actores, que por las características del turismo hace que sea importante para garantizar su sostenibilidad. Se trata de fortalecer la cooperación con otros sectores de actividad y entre los agentes públicos y privados.

8) Por último, pueden mencionarse diferentes conceptos transversales relacionados con la sostenibilidad del turismo como pue-

den ser la **competitividad**, la **calidad**, la **diversificación** de la oferta o la **desestacionalización**.



Figura 2. Temas clave para la sostenibilidad del turismo. Elaboración propia.

2.2. Temas clave de la circularidad del turismo en la actualidad

La economía circular implica multitud de cuestiones que también necesitan concretarse en relación a la actividad turística para facilitar su puesta en práctica desde el ámbito empresarial. La economía circular se plantea en contra posición a la economía lineal, que se basa en la secuencia de producir, consumir y tirar. Por el contrario, la economía circular se fundamenta en las 3 R:

- ▶ Reducir
- ▶ Reutilizar
- ▶ Reciclar

Además, pueden incluirse otras Rs como Repensar, Rediseñar, Reparar, Redistribuir o Recuperar (Gaztelumendietal,2019).

La Estrategia Española de Economía Circular establece seis objetivos a cumplir en 2030:

- 1) Reducir en un 30 % el consumo nacional de **materiales** en relación con el PIB (año de referencia 2010).
- 2) Reducir la generación de **residuos** un 15 % (año de referencia 2010).
- 3) Reducir la generación **residuos de alimentos** (50 % de reducción per cápita en hogares hogar y consumo minorista y 20 % en las cadenas de producción y suministro) a partir de 2020.
- 4) Incrementar la reutilización y preparación para la **reutilización** hasta el 10 % de los residuos municipales generados.
- 5) Reducir la emisión de **gases de efecto invernadero** por debajo de 10 millones de toneladas de CO₂eq.
- 6) Mejorar un 10 % la eficiencia en el uso del **agua**.

Para conseguir estos objetivos dicha estrategia plantea ocho líneas de actuación:

- 1) Producción
- 2) Consumo
- 3) Gestión de residuos
- 4) Materias primas secundarias
- 5) Reutilización y depuración de agua
- 6) Sensibilización y participación

- 7) Investigación, innovación y competitividad
- 8) Empleo y formación

Además, considerando el tejido económico español la Estrategia Española de Economía Circular identifica varios sectores prioritarios, siendo uno de ellos el turismo. Se entiende pues, que el turismo debe jugar un papel clave en la consecución de los objetivos establecidos para 2030.



Aterrizando el concepto de economía circular en el turismo, podemos definir el turismo circular como “el modelo turístico que permite no sólo la protección del patrimonio cultural y natural a través de la disminución de extracción de recursos y de la reducción de las externalidades negativas, sino también la regeneración del capital natural del territorio, lo que permite contar con destinos turísticos líderes en calidad e innovación” (Gaztelumendi et al., 2019).

Por otro lado, SEGITTUR (2022a) identifica una serie de puntos críticos para impulsar la economía circular en el sector turístico. Para ello, tienen en cuenta seis líneas de acción vinculadas directamente con impactos que genera la actividad turística en los diferentes subsectores, tal y como se recoge en la Figura 3. En una matriz evalúa la prioridad en tres grados: baja, media y alta.

Figura 3. Subsectores y áreas de acción de economía circular en turismo. Elaboración propia a partir de SEGITTUR (2022a).

SUBSECTORES	ÁREAS DE ACTUACIÓN	PRIORIDAD
Alojamiento (construcción/ (operaciones)	Uso de energía	Alta
Hostelería (construcción /operaciones)	Uso de agua	Media
Transporte (local/origen-destino)	Uso de otros recursos	
Eventos y atracciones turísticas	Residuos	Baja
Servicios de TTOO, AAVV y financieros	Cambio climático	
	Biodiversidad	



De este modo, se consideran subsectores prioritarios: alojamiento, hostelería, transporte (origen-destino) y actividades. Concretamente, tal y como se resume en la Figura 4 se espera que el alojamiento (operaciones) actúe en relación al uso de la energía, del agua y de otros recursos, así como para mejorar la gestión de residuos y adaptarse y combatir el cambio climático. También se considera altamente prioritario que el subsector de transporte (origen-destino) lleve a cabo acciones vinculadas al uso de la energía y de otros recursos y del cambio climático. El subsector de eventos y atracciones turísticas tendrá que implementar con mayor urgencia medidas ligadas al uso de otros recursos y los residuos. Y finalmente, destaca la importancia de mejorar la gestión de residuos desde la hostelería (operaciones), principalmente ligado al desperdicio alimentario.

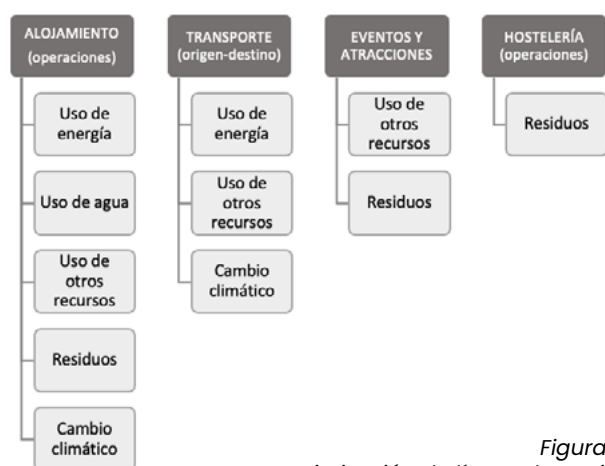


Figura 4. Priorización de líneas de acción de economía circular por subsectores turísticos. Elaboración propia a partir de SEGITTUR (2022a).

Por otra parte, resulta interesante identificar los nuevos modelos de negocio que puede surgir y que constituyen una oportunidad para el sector. Pueden diferenciarse cinco categorías principales (Ferrer et al., 2022):

- 1) Ahorro y recursos renovables
- 2) Producto como servicio
- 3) Plataformas de movilidad y uso compartido
- 4) Extensión de vida útil
- 5) Recuperación de recursos

Finalmente, aterrizando el enfoque de la economía circular en el ámbito turístico, podemos encontrar ejemplos concretos vinculados a las tres líneas de acción principales: reducir, reutilizar y reciclar. La Tabla 2, muestra algunas posibilidades para impulsar la circularidad del turismo.

Tabla 2. Ejemplos de prácticas de circularidad en empresas turísticas. Elaboración propia.

REDUCIR	REUTILIZAR	RECICLAR
<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas para monitorizar y reducir el consumo energético y de agua. - Eliminación de plásticos de un solo uso. - Sustitución de amenities individuales por dispensadores. - Uso de productos biodegradables. - Nuevos procedimientos para reducir el desperdicio alimentario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nuevas construcciones a partir de residuos de materiales generados en la propia obra. - Uso de envases reutilizables. - Reutilización de aguas grises. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sustitución de materiales no reciclables por otros que sí que lo son. - Sistemas para mejorar la gestión de residuos y aumentar la proporción reciclada sobre el total. - Compostaje a partir de residuos alimenticios. - Jabones y biodiesel a partir de aceites usados.

3

**Instrumentos
para la Transición
Circular y
Sostenible
del Turismo**

3. Instrumentos para la Transición Circular y Sostenible del Turismo

Los instrumentos políticos son las herramientas de las que disponen los gobiernos para lograr sus objetivos. Pueden clasificarse de diversas formas, por ejemplo, según Bemelmans-Vidéc, Rist y Vedung (1998) existen tres categorías:

- a) **Palos:** orientan las acciones de la población a base de limitaciones y sanciones, como pueden ser normativas o multas.
- b) **Zanahorias:** son incentivos que propician ciertos comportamientos, como son las subvenciones o las exenciones fiscales.
- c) **Sermones:** modifican las actuaciones de la sociedad a base de la educación y la concienciación, por ejemplo, a través de campañas de sensibilización ante determinados riesgos.



Cada uno de estos tres tipos de instrumentos tiene implicaciones distintas desde el punto de vista empresarial. Desde la CEOE se considera que la transición hacia la circularidad del turismo debe impulsarse desde los poderes públicos a base de incentivos y sensibilización,

más que propiciarse a base de limitaciones y sanciones que podrían dificultar la actividad de las empresas. De este modo, la alineación de las agendas empresariales a las públicas es una cuestión de imperativa relevancia.

Por otro lado, en el ámbito turístico Velasco González (2011) diferencia seis tipologías de instrumentos de acuerdo a su objetivo. A partir de esta clasificación, seguidamente se exponen algunos ejemplos de instrumentos que se han identificado para impulsar la transición sostenible y circular del turismo en el contexto español.

a) Instrumentos organizativos

Estos instrumentos corresponden con el entramado institucional de la administración pública turística, incluyendo no sólo organismos administrativos tradicionales como son los Ministerios y las Consejerías, sino también organismos de cooperación público-privada como patronatos o consorcios turísticos. Entre otros podemos mencionar:

► Ejemplos

- Consejo Español de Turismo
- Conferencia Sectorial de Turismo
- Comisión Interministerial de Turismo
- Subdirección General de Desarrollo y Sostenibilidad Turística, de la Secretaría de Estado de Turismo.
- Algunas Direcciones o Departamentos análogos a la anterior a nivel autonómico o local.

b) Programáticos

Los instrumentos programáticos son los planes y programas turísticos que incluyen la visión estratégica y política de cualquier destino o territorio.

► Ejemplos

- Estrategia de Turismo Sostenible España 2030.
- Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico (Componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia).
- Planes de sostenibilidad turística de diferentes Comunidades Autónomas y destinos turísticos.
- Estrategia Española de Economía Circular 2030.



- Hoja de Ruta para la Transición Turística (Comisión Europea, 2022).
- Otras comunicaciones e informes emitidos a nivel europeo como las que se recogen en la Tabla 3.

Tabla 3. Principales comunicaciones e informes sobre economía circular emitidos por la Comisión Europea. *Elaboración propia.*

TÍTULO	TIPO DE DOCUMENTO
Hoja de ruta hacia una Europa eficiente en el uso de sus recursos (2011)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Cerrar el círculo: Un plan de acción de la Unión Europea para la Economía Circular (2015)	Informe.
Próximas etapas para un futuro europeo sostenible: Acción europea para la sostenibilidad (2016)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Una estrategia europea para el plástico en una economía circular (2018)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Una bioeconomía sostenible para Europa: Consolidar la conexión entre la economía, la sociedad y el medioambiente (2018)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Hacia una Europa sostenible en 2030 (2019)	Documento de reflexión.
Pacto verde europeo (2019)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Nuevo plan de acción para la economía circular (2020)	Comunicación al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.
Fondos Next Generation (2020)	Fondos de recuperación que promueven la economía circular.

c) Normativos o de ordenación

Este tipo de instrumentos incluyen cualquier tipo de regulación de carácter vinculante relacionada con la actividad turística.

▶ Ejemplos

- Leyes autonómicas de turismo.
- Regulaciones sobre gestión de residuos.
- Regulaciones sobre registros de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Regulaciones sobre alojamientos turísticos no reglados.

d) Financieros

Los instrumentos financieros incluyen cualquier tipo de estímulo económico que tenga por objeto incentivar la iniciativa privada como, por ejemplo, créditos o subvenciones. Existen a diferentes niveles territoriales:

▶ Ejemplos

Europeas

- [Creative Europe Programme](#)
- [European Social Fund Plus](#)
- [Horizon Europe](#)
- [InvestEU](#)
- [Recovery and Resilience Facility](#)
- [LIFE Programme](#)

Nacionales

- [Experiencias Turismo España](#) (100 millones €).
- [Última Milla](#) (80 millones €).

- [Ayudas para la eficiencia energética en alojamientos turísticos](#) (170 millones €).
- [Ayudas para la transformación y digitalización de Destinos Turísticos Inteligentes](#) (6 millones €).
- [Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos](#) (190 millones €).
- [PERTE de Economía Circular](#) (492 millones €).
- [Programa de ayudas a organismos de investigación y de difusión de conocimientos para proyectos de I+D para dar respuesta a los retos de los destinos turísticos.](#)
- [MOVES III.](#)
- [Programas de incentivos para la ejecución de instalaciones ligadas al autoconsumo y al almacenamiento, con fuentes de energías renovables.](#)
- [Planes de Innovación y Sostenibilidad en el ámbito de la Industria Manufacturera.](#)
- [Misiones CDTI.](#)



Todas las ayudas nacionales mencionadas se incluyen dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. No obstante, algunas de estas ayudas se dirigen exclusivamente a destinos turísticos, sin incluir a las empresas como beneficiarias.

En esta línea, de acuerdo al Informe de Seguimiento de los Fondos Next Generation UE en España elaborado por CEOE (2022), existe un desequilibrio entre el peso que representa la actividad turística para la economía española y el porcentaje de ayudas destinadas a este sector. La Tabla 4 recoge los principales obje-

tivos y actuaciones subvencionables de las ayudas que contemplan a las empresas turísticas como posibles beneficiarias.

Además, cabe señalar que existen otros programas a nivel regional que varían en función de cada Comunidad Autónoma. Por ejemplo, las ayudas para Proyectos de economía circular en el ámbito del sector turístico (Castilla La Mancha); Proyectos empresariales que incluyan I+D en economía circular (Aragón); o el programa para Impulsar la economía social y circular, gestionar de manera sostenible los residuos turísticos y crear puestos de trabajo (Baleares).

Tabla 4. Líneas de ayudas para empresas turísticas: objetivos y actuaciones. Elaboración propia.

AYUDA	OBJETIVOS	ACTUACIONES SUBVENCIONABLES
Experiencias Turismo España	Fortalecer las redes de actores que trabajen en la creación o adaptación de experiencias a nivel país, así como aumentar y mejorar las experiencias turísticas en España que pongan en valor el patrimonio material e inmaterial relacionado con la autenticidad de los territorios y sus poblaciones para su promoción internacional.	Acciones innovadoras, integradoras y de comunicación, vinculadas con la creación de nuevas experiencias o mejora de las existentes.
Última Milla	Mejorar la digitalización e inteligencia aplicadas a la gestión, promoción, sostenibilidad, puesta en valor y difusión del sector turístico.	Proyectos de desarrollo tecnológico innovadores que incorporarán tecnologías emergentes o de nuevo desarrollo.
Eficiencia Energética en Alojamientos	Incrementar la competitividad de las empresas turísticas mediante la reducción de su huella de carbono y de los costes energéticos.	Mejora de la eficiencia energética en envoltente, instalaciones térmicas e iluminación.



e) Mejora del conocimiento

Los instrumentos de mejora del conocimiento, como su nombre indica fomentan la mejora de la información, su acceso y difusión, así como la investigación y la formación. Pueden incluir la elaboración de estadísticas turísticas, la publicación de informes o trabajos de investigación, o los organismos que impulsan la innovación y la investigación en turismo.

► Ejemplos

- Guía para la aplicación de la economía circular en el sector turístico de España (SEGITTUR, 2022a).
- Manual para la transición de una pyme turística hacia una economía circular (SEGITTUR, 2022b).
- Manual para la transición de un destino turístico hacia una economía circular (SEGITTUR, 2022c).
- Informe sobre economía circular aplicada al turismo (SEGITTUR, 2019).
- Estadísticas y conocimiento turístico generado por Turespaña.

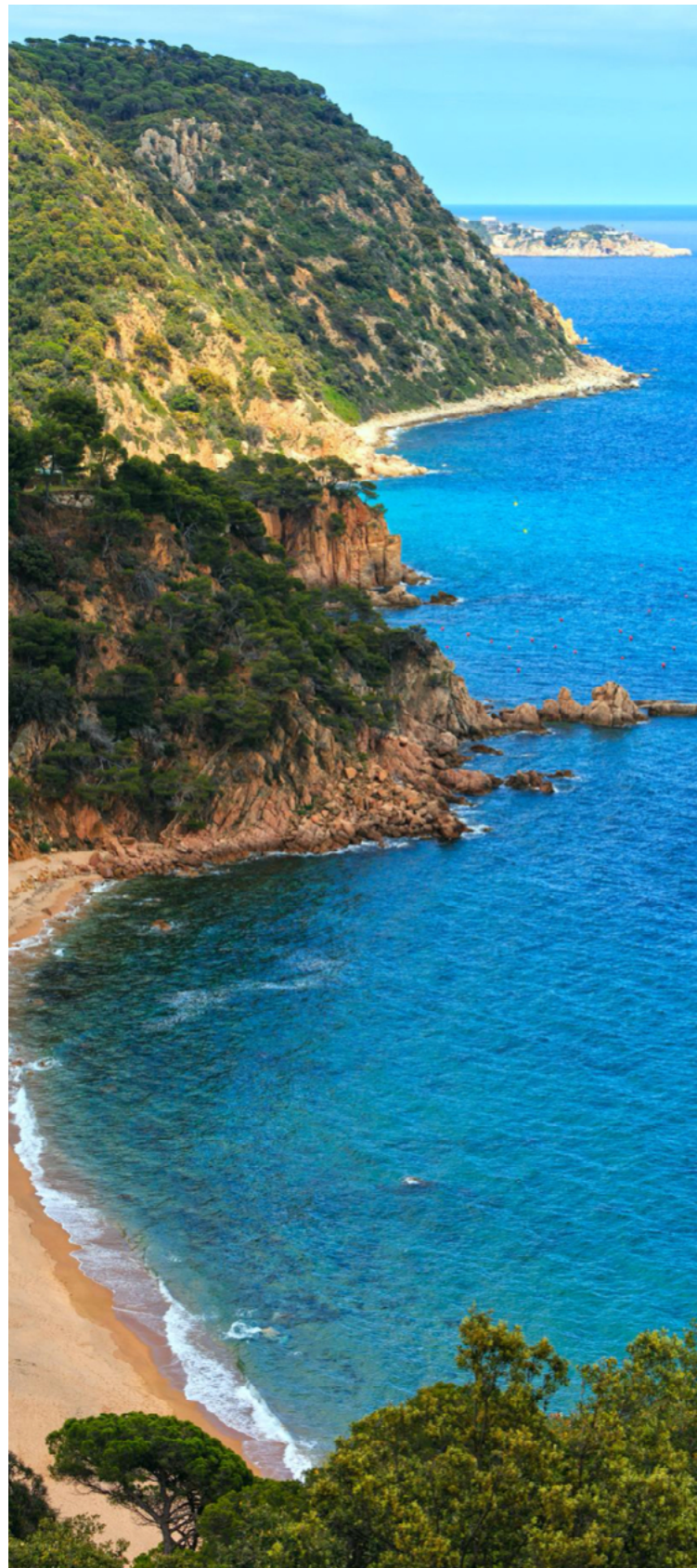
f) Comunicación

Los instrumentos de comunicación, además de utilizarse para la promoción turística de España en su conjunto o de los diferentes destinos turísticos del país, también persiguen concienciar sobre determinados problemas e impulsar ciertos valores a través de campañas dirigidas a turistas, empresas o a la población general.

► Ejemplos

- Campañas para concienciar al turista sobre comportamientos cívicos en determinados destinos.

- Campañas para poner en valor los recursos naturales y la importancia de su conservación.
- Campañas para fomentar el reciclaje o la eliminación de plásticos de un solo uso.



4

**Incorporar
la Circularidad y
la Sostenibilidad
a las Empresas
Turísticas**

4. Incorporar la Circularidad y la Sostenibilidad a las Empresas Turísticas

Pese a los instrumentos con los que cuenta el gobierno para propiciar la circularidad y la sostenibilidad del turismo, los diferentes actores –públicos y privados– que participan en la actividad turística tienen diversas motivaciones a la hora de implementar este tipo de medidas. Estas motivaciones junto con las barreras y obstáculos para incorporar dichas acciones condicionarán el éxito de las estrategias y directrices dictadas desde los organismos competentes en materia de política turística. Las empresas turísticas son una pieza crucial del entramado que conforma el sector turístico, por lo que su implicación es imprescindible. No obstante, su heterogeneidad hace que encontremos diferencias dependiendo del subsector al que pertenezcan y del tamaño de la empresa, tal y como se muestra en la Figura 5. Seguidamente se detallan las motivaciones y los obstáculos principales para el éxito de la transición turística hacia la sostenibilidad y la economía circular desde el punto de vista empresarial.

SUBSECTORES	TAMAÑOS
Alojamiento	Gran empresa
Transportes	Mediana empresa
Agencias de viajes	Pequeña empresa
Restauración	
Otros	

Figura 5. Diferencias para incorporar la sostenibilidad y la circularidad en empresas turísticas. Elaboración propia.

4.1. Motivaciones

Las motivaciones para poner en práctica soluciones en pro de la sostenibilidad difieren entre la administración pública, las organizaciones público-privadas de gestión de destinos turísticos, y las empresas. Las prioridades, características y contexto propio de cada

organización condicionan la facilidad con la que se adoptan o no determinadas medidas que propiciarán la transición sostenible y circular del turismo.

Diferentes estudios han analizado las motivaciones para incorporar cuestiones de sostenibilidad en las empresas turísticas (Garay, Gomis y González, 2018; Alonso-Almeida et al., 2015; Font, Garay y Jones, 2014). Implantar medidas sostenibles en las empresas turísticas, implica no sólo tener un motivo para hacerlo, sino también creer que el objetivo es alcanzable y, además, tener cierta empatía o conexión emocional hacia el entorno y las medidas implantadas por el propio destino (Martí, 2021).

La implementación de la sostenibilidad puede venir motivada por la posibilidad de obtener una ventaja competitiva, generando recursos, mejorando la reputación o introduciendo competencias y capacidades dentro de la organización. Sin olvidar la diversidad del tejido empresarial turístico de España, es importante conocer cuáles son principales estímulos a la hora de propiciar cambios que mejoren la sostenibilidad turística. En este sentido, la Tabla 5 recoge los principales ejemplos.

Pese a la gran variedad de motivaciones identificadas, no todas reciben el mismo peso desde el punto de vista empresarial. Teniendo en cuenta las particularidades concretas de cada negocio y subsector, podría decirse que, en general, las principales motivaciones son las siguientes (Garay, Gomis y González, 2018):

- ▶ Mejorar la rentabilidad, disminuyendo costes e incrementando los beneficios.
- ▶ Mejorar la reputación, la imagen de marca y el posicionamiento.

VALORES, IDEAS, MOTIVOS PERSONALES	<ul style="list-style-type: none"> - Compromiso con la sociedad - Proteger el medio ambiente - Generar efectos positivos en el destino - Motivos personales / estilo de vida - Proteger la salud de las personas.
POTENCIAR Y FIDELIZAR DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> - Fidelizar a clientes - Ganar nuevos clientes
REPUTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la imagen de marca - Ser pioneros ante futuras normativas relacionadas - Obtener acceso a asesoramiento y / o redes - Obtener una certificación - Acceder a subvenciones - Acceder más fácilmente a financiación
MEJORAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la satisfacción de los trabajadores - Obtener información útil para gestionar la empresa - Mejorar la vigilancia del funcionamiento del negocio
INCREMENTAR GANANCIAS	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener mayores beneficios económicos - Obtener ventajas competitivas más allá de reducir costes - Reducir costes
FACILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de implementación (tecnologías) - Coste reducido
OBLIGATORIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con requisitos que marca la Administración - Cumplir con los requisitos de un turoperador - Cumplir con los requisitos de una asociación empresarial - Cumplir con los requisitos de un grupo empresarial

Tabla 5. Motivaciones de las empresas turísticas para incorporar medidas de sostenibilidad. Elaboración propia a partir de Garay, Gomis y González (2018) y Font, Garay y Jones (2014).

- ▶ Contribuir de forma altruistas y personal, a la sociedad, a la protección medioambiental o en el destino turístico.

4.2. Obstáculos

Tanto la sostenibilidad, como la circularidad de los destinos turísticos debe construirse entre todos los actores que forman parte de los mismos. Por tanto, la participación de las grandes, medianas y pequeñas empresas es imprescindible. En este sentido, se identifican una serie de barreras que dificultan la incorporación de acciones circulares y sostenibles en las empresas turísticas.

Diferentes estudios han detectado dificultades a la hora de llevar a cabo medidas vinculadas a la sostenibilidad en turismo (Garay, Gomis y González, 2018; Santos-Lacueva et al. 2019). La Tabla 6 resume los obstáculos más destacados.

Por otro lado, el grupo de trabajo de turismo y circularidad de la CEOE ha seleccionado los obstáculos que consideran más relevantes en el contexto empresarial turístico de España:

- ▶ Económicos (dificultad de financiación y rentabilidad).
- ▶ Normativos (falta de encaje con la realidad empresarial).
- ▶ Burocráticos y administrativos.
- ▶ Colaboración público-privada limitada.
- ▶ Capacitación y formación.
- ▶ Tecnológicos (soluciones no disponibles o muy costosas).

Por su parte, de acuerdo al informe de SEGITUR (2022a), uno de los mayores obstáculos para implementar la economía circular en las empresas turísticas sería el desconocimiento y la ausencia de estrategia clara. Tal

y como expone este informe, se llevan a cabo acciones de circularidad sin identificarlas como tales por parte del que las ejecuta. Así mismo, se constata la dificultad para modificar las creencias y hábitos ya aprendidos.



Además, debe tenerse en cuenta que las grandes empresas y las pymes no cuentan con las mismas posibilidades a la hora de obtener recursos, de disponer de la información sobre los requerimientos del mercado o las soluciones disponibles, o de comunicar las acciones que realizan en pro de la sostenibilidad para mejorar su imagen o satisfacción del cliente (Worthington, Ram, y Jones, 2006; Alonso-Almeida et al., 2015; SEGITUR, 2022a). Por el contrario, aunque las pymes muestran más dificultades en los aspectos mencionados, también gozan de mayor flexibilidad a la hora poder incorporar cambios en los procesos o en la organización. En general, se trata de un sector atomizado, en el que predominan las pymes en todos los subsectores, a excepción del transporte aéreo.

De otra parte, debe considerarse la heterogeneidad del sector turístico y que, por tanto, los diferentes subsectores de actividad pueden presentar

Tabla 6. Obstáculos de las empresas turísticas para incorporar la sostenibilidad y la circularidad. Elaboración propia.

ECONÓMICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Requiere alta inversión - No es prioritario para las inversiones - Fondos insuficientes - Baja rentabilidad - Falta de disponibilidad de tiempo/ recursos humanos
BUROCRÁTICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Procedimientos complejos - Procedimientos costosos (tiempo, recursos) - Ralentización de esquemas previstos
NORMATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> - Limitaciones y restricciones - Falta de encaje con la realidad empresarial - Falta de homogenización entre CCAAs
TECNOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Soluciones tecnológicas insuficientes - Soluciones existentes muy costosas - Tecnologías muy complejas
CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN DISPONIBLE	<ul style="list-style-type: none"> - Insuficiente - No accesible - No se transfiere al ámbito empresarial adecuadamente - Falta de alineación y entendimiento
CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Insuficiente para llevarlo a cabo - Personal poco capacitado
CONCIENCIACIÓN INSUFICIENTE	<ul style="list-style-type: none"> - Dentro de la organización empresarial - Fuera de la organización empresarial (grupos de interés, turistas...) - Poco valorado por los clientes
COLABORACIÓN LIMITADA	<ul style="list-style-type: none"> - Entre empresas - Destinos - Administraciones públicas - Público-privada
GOBERNANZA	<ul style="list-style-type: none"> - Multinivel no suficientemente efectiva - Falta de acuerdos efectivos
COYUNTURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas en crisis - Enfocados en salvar el negocio - Cambios en Business plan - Cambio de prioridades estratégicas

diferencias significativas en cuanto a las motivaciones y las barreras para incorporar la sostenibilidad (Nicolau, 2008; Alonso-Almeida et al., 2015; Bagur-Femenías, Martí, y Rocafort, (2015). En este sentido, en cuanto a subsectores concretos de actividad se refiere, en el grupo de trabajo se han mencionado algunos ejemplos que se listan a continuación:

- ▶ El subsector de los **coches de alquiler** tiene dificultades para compaginar el ritmo de electrificación de vehículos que se marca desde la administración pública y las demandas de los clientes, todavía reticentes a alquilar este tipo de vehículos. Además, dependen de los avances en las infraestructuras de puntos de recarga, y estas todavía presentan deficiencias para generar confianza en algunos turistas.
- ▶ El subsector del **transporte aéreo** identifica sus mayores barreras en relación a la limitación de recursos destinados a la investigación y a la búsqueda de alternativas a los combustibles fósiles para el avión. De hecho, todavía no disponen de soluciones tecnológicas que permitan descarbonizar este subsector al mismo ritmo que otros sectores del turismo.
- ▶ El subsector de **alojamiento** detecta complicaciones para rentabilizar algunas actuaciones y comunicarlas adecuadamente a los clientes para que repercuta positivamente en su marca o fidelización. Además, para el éxito de algunas medidas necesitan una mayor concienciación por parte del turista. En este sentido, juegan un papel importante los turoperadores y sus acciones en origen para informar a los turistas.
- ▶ El subsector de la **restauración** destaca la dificultad para gestionar la reducción del desperdicio alimentario y de los residuos. Los envases para que los clientes se lleven los excedentes suponen un alto coste para los empresarios, y, por ejemplo, a veces es difícil de transportar determinados

alimentos líquidos en recipientes que no sean plásticos. Es importante fortalecer la colaboración de los consumidores para lograr estos objetivos de circularidad.

Así mismo, las características particulares de la restauración complican la posibilidad de contar con instalaciones propias de producción de energía renovable. Además, la gestión de envases y residuos se convierte en un gran reto por problemas de logística.

En general, para implantar con éxito el desarrollo sostenible del turismo es necesario mejorar la transparencia y disponer de más información, así como facilitar el diálogo y la colaboración entre los diferentes grupos de interés (Mihalic, 2014). Los agentes turísticos necesitan tener capacidad y autonomía de decisión, por lo que la información de calidad es clave para el éxito de las medidas de sostenibilidad que, además, preferiblemente, debe distribuirse por fuentes cercanas a su entorno, jugando un papel crucial las asociaciones empresariales y los órganos de gestión turística del destino (Martí, 2021).

En este sentido, se confirma de manera pragmática la posición desde la CEOE, determinando que es necesario la pedagogía, la colaboración y la compartición de las hojas de rutas de los subsectores. Así mismo, la implementación de la herramienta del diálogo abierto para conseguir que la legislación pueda estar alineada con el contexto real del mercado.



5

**Buenas Prácticas
de Circularidad y
Sostenibilidad
en Empresas
Turísticas
Españolas**

5. Buenas Prácticas de Circularidad y Sostenibilidad en Empresas Turísticas Españolas

En este apartado se recogen las buenas prácticas más relevantes en el campo de la sostenibilidad y la circularidad de las empresas turísticas, todas ellas compartidas en el contexto del Grupo de Trabajo de Turismo y

Circularidad de la CEOE. En cada caso se identifica el subsector, la empresa o empresas, los objetivos y acciones más destacados, y las limitaciones detectadas para su puesta en práctica.

ADAPTACIÓN DE LA PLANTA HOTELERA ANTE SITUACIONES DE CRISIS	
Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
Objetivos	Adaptar el sector hotelero ante cualquier situación de crisis como la provocada por el COVID-19 o la invasión de Rusia a Ucrania. En la primera, el objetivo principal fue evitar la saturación de centros hospitalarios; en la segunda, proporcionar alojamiento a aquellas personas afectadas por el conflicto bélico.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecimiento de establecimientos hoteleros para fines humanitarios, adaptando sus instalaciones para convertirse en hoteles sanitarios, hoteles de guardia y hoteles medicalizados. - Acogida en las instalaciones de establecimientos hoteleros de refugiados ucranianos y afganos. - Donación de material como sábanas, productos de higiene personal y aseo, etc.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad de gestión y coordinación con diferentes autoridades. - Aspectos legales.

MANTENIMIENTO Y FOMENTO DEL EMPLEO	
Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
Objetivos	Mantener y fomentar la captación de empleo; evitar la fuga de talento a otros sectores; y contar con personal especializado adaptado a los diferentes mercados prioritarios (p.e. turismo halal, turismo chino).
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño y ejecución de programas que fomenten el mantenimiento del empleo, así como la incorporación de profesionales especializados.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas en la retención de talento. - Puesta en valor de los perfiles que requiere el sector hotelero. - Horarios de trabajo. - Sueldos.

APOYO AL COMERCIO DE PROXIMIDAD Y COMERCIOS LOCALES

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
Objetivos	Visibilizar a los pequeños comerciantes y artesanos, y dar a conocer los productos de proximidad; contribuir a la economía local; e impulsar la economía circular.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Compra de productos de proximidad (productos Km0) e incorporación de los mismos en los espacios gastronómicos de los establecimientos hoteleros. - Desarrollo y venta de productos y servicios sostenibles que provienen del entorno natural, cultural e histórico de la zona. - Apoyo a emprendedores locales, en el desarrollo y venta de productos y servicios sostenibles que provienen del entorno natural, cultural e histórico de la zona.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Desventaja competitiva frente a las multinacionales. - Dificultad de acceso a las nuevas tecnologías por parte del pequeño comerciante. - Dificultad de promoción de los negocios locales frente al conocimiento social de las grandes marcas ya existentes.



CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD LOCAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
Objetivos	Conservar el patrimonio cultural y arquitectónico; promocionar la cultura local; acercar al turista a las tradiciones locales; y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento e integración de áreas patrimoniales protegidas tales como edificios históricos. - Actividades promocionales a través de distintas campañas, medios y redes sociales dirigidas al turista y la población local, siendo un punto de encuentro entre ambos.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Dificultad para conseguir permisos de obra o remodelación de áreas protegidas. - Dificultad para realizar campañas exitosas que generen rentabilidad.

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y OPTIMIZACIÓN DEL USO DE LOS RECURSOS

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)
Objetivos	Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero; reducir el consumo de agua; y mejorar la gestión de residuos.
Acciones	<ul style="list-style-type: none">- Instalación de sistemas de calefacción y refrigeración energéticamente eficientes.- Uso de electrodomésticos de bajo consumo.- Instalación de ventanas de doble acristalamiento.- Utilización de energías renovables.- Test de Auto-Evaluaciones en Sostenibilidad Hotelera y certificaciones de calidad medioambiental.- Implantación de sistemas de aprovechamiento de agua.- Reducción de residuos a través del reciclaje y reutilización.- Uso de materiales y técnicas de construcción sostenibles en las instalaciones del establecimiento.- Uso Iluminación LED.- Instalación de grifería y sanitarios automatizados.- Concienciación de huéspedes y del personal del alojamiento.- Amenities ecológicos o dispensadores.- Uso de materiales como la madera, el corcho o la pintura natural- Uso de materiales reciclados o productos biodegradables.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none">- Coste de implementación de algunas tecnologías.- Coste del cambio de las nuevas instalaciones y adaptación del establecimiento.- Dificultad de acceso a distintos materiales.- El coste de emplear materiales y técnicas sostenibles suele ser superior.- Lentitud administrativa.

MOVILIDAD SOSTENIBLE	
Subsector	Transporte aéreo-gestión aeroportuaria
Empresa/s	AENA
Objetivos	Fomentar la movilidad sostenible desde y hacia el aeropuerto, promoviendo medios de transporte menos contaminantes y la intermodalidad.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Instalación de puntos de recarga en parkings de pasajeros para facilitar el uso de vehículos eléctricos privados. - Tarificación en parkings: promoción del uso de vehículo sostenible mediante un descuento del 15% a los pasajeros que aparquen su vehículo con distintivo ambiental «0 emisiones» en los parkings del aeropuerto. - Lanzaderas eléctricas (posibilidad de extrapolar a medios de transporte público).
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Los costes asociados al despliegue de puntos de recarga eléctrica son elevados. - El número de vehículos sostenibles de pasajeros aún es reducido. - Es necesario concretar en acuerdos/proyectos las problemáticas tratadas en los grupos de trabajo de agentes de movilidad para avanzar en la intermodalidad sostenible de forma coordinada.



GESTIÓN DE RESIDUOS Y VALORIZACIÓN ENERGÉTICA	
Subsector	Transporte aéreo-gestión aeroportuaria
Empresa/s	AENA
Objetivos	Impulsar la reutilización de residuos para la valorización energética de los mismos, obteniendo biocombustible que se utilizará para alimentar energéticamente el aeropuerto y cerrar el ciclo del residuo.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la correcta segregación de residuos en los edificios terminales a través de la concienciación, para su reutilización en la producción de biocombustibles y uso en los servicios del aeropuertos.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Costes asociados. - Necesidades de incrementar la concienciación para una mejora en la segregación de residuos.

REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Subsector	Transporte aéreo-gestión aeroportuaria
Empresa/s	Asociación de Líneas Aéreas (ALA)
Objetivos	Reducir el impacto ambiental del sector aéreo con el objetivo puesto en 2050, cuando el sector se propone alcanzar las emisiones netas cero.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Innovaciones tecnológicas para buscar soluciones que permitan la propulsión de forma alternativa al queroseno a través del hidrógeno y la electricidad como solución a largo plazo. A corto plazo, las compañías aéreas están comprometidas a operar con combustibles sostenibles (SAF), ya existentes y que permite ahorrar más de un 80% de las emisiones de CO2 durante el ciclo de vida. - Mejoras operativas y de las infraestructuras para ser más eficientes y reducir el consumo de combustible y, por tanto, de emisiones. Por ejemplo, planificación de las rutas, optimización durante las diferentes fases del vuelo, maniobras en tierra, o el estacionamiento en aeropuerto. - Gran esfuerzo en el marco del sistema europeo del comercio de emisiones. Hasta la fecha es el único medio de transporte que está sujeto directamente a este régimen. - Adopción del compromiso internacional Plan CORSIA, el primer esquema de ámbito global que cubre las emisiones de CO2 de un sector industrial. En virtud de CORSIA el sector aéreo en España está obligado a monitorizar y compensar desde 2021 las emisiones producidas en rutas internacionales cuyo origen y destino sea un Estado participante en este Plan. - Renovación de flota para incorporar aviones más eficientes, lo que ha posibilitado conseguir una reducción de hasta un 50% de las emisiones de CO2 por pasajero transportado desde 1990, además de permitir una reducción significativa del ruido. También se renuevan los equipos tierra, apostando por su electrificación. - Gestión residuos, reduciendo la cantidad de residuos que se generan en los vuelos, así como mejorando su proceso de reciclaje, segregando los residuos que se generan a bordo para su posterior reciclaje, y reduciendo los plásticos de un solo uso. - Medidas fomentar el uso de energía eléctrica de origen renovable y para mejorar la eficiencia energética en las instalaciones.
Limitaciones	- Producción insuficiente y alto precio del combustible sostenible (SAF).



IGUALDAD DE GÉNERO

Subsector	Transporte aéreo-gestión aeroportuaria
Empresa/s	Asociación de Líneas Aéreas (ALA)
Objetivos	Impulsar la igualdad de género en la Asociación ALA.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - ALA ha incrementado la presencia de la mujer en su órgano de máximo gobierno. Actualmente, algo más del 30% de los miembros de su Junta Directiva son mujeres. También ocupan la presidencia de dos de los Comités de trabajo interno de ALA más destacados, el de Sostenibilidad y el de Comunicación. Las compañías aéreas en su conjunto están comprometidas con este objetivo.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - La brecha de género y los techos de cristal.



REDUCCIÓN HUELLA DE CARBONO (PROYECTO 8/80)

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	ARTIEM Hotels
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Reducir un 80% nuestra huella de carbono en 8 años (inicio 2017). - Minimizar el impacto ambiental a “casi-cero” emisiones. - Ser un ejemplo de modelo de gestión para el desarrollo de iniciativas similares.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de un plan de acción y asignación de recursos para cumplir los objetivos. - Plan de formación e información continua a toda la “FreshPeople”. - Implementación de un sistema de monitorización, control y acción sobre las instalaciones. - Plan de comunicación y sensibilización para clientes. - Mejora del recubrimiento térmico de los edificios y otras actuaciones en fachadas. - Eliminación del uso del gasoil. - Reutilización del calor producido para generar frío en calentar ACS. - Plan de inversión en fotovoltaica.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - El avance de la tecnología que permita logra el 20% adicional para reducir la huella de carbono al 100%.

COMBATIR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO	
Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	ARTIEM Hotels
Objetivos	Reducir el desperdicio alimentario.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del punto de partida midiendo y pesando el desperdicio de alimento orgánico de nuestros restaurantes y ponerlo en relación con los clientes diarios. - Rediseño de la oferta gastronómica para ajustarla a las necesidades y gustos de los clientes. - Formación de los equipos de cocina para ajustar las raciones a la vez que se cumplen expectativas de los clientes. - Ejecución de un plan de comunicación para sensibilizar a los clientes y hacerlos "cómplices" en el objetivo. - Implantación de un sistema de control y monitorización de la recogida diaria, y evaluación de la estrategia de la oferta para actuar. - Gestión con los ayuntamientos y la concesionaria de recogida selectiva del orgánico. - Utilización de la recogida selectiva del orgánico para realización del compost que se distribuye.
Limitaciones	- Dificultad de concienciar al cliente sobre la problemática del desperdicio alimentario, cuando éste está de vacaciones y paga por un desayuno/cena buffet.

GESTIÓN DE RESIDUOS PUERTA A PUERTA	
Subsector	Restauración
Empresa/s	Establecimientos de hostelería y ECOVIDRIO.
Objetivos	Facilitar el reciclaje de vidrio mediante la recogida de vidrio en los propios establecimientos de, principalmente en aquellas zonas donde no es viable la dotación de contenedores cercanos a los establecimientos.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Analizar las características de la zona y las necesidades de los establecimientos para, posteriormente, entregar los cubos especiales y establecer un horario de recogida para que pequeños vehículos que recojan los residuos en el propio establecimiento. - Incrementar la concienciación sobre la importancia del reciclaje con la visita de informadores ambientales a los establecimientos. - Intensificar las operaciones de retirada en periodos de gran consumo.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Costes asociados. - Necesidades de incrementar la concienciación.



GENERACIÓN DE COMPOST CON RESTOS ORGÁNICOS

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Garden Hotels
Objetivos	Revitalizar la agricultura balear y ecológica. Minimizar el impacto ambiental reaprovechando un residuo. Ofrecer productos ecológicos en los bufés. Promover la economía local. Favorecer la inclusión laboral de personas con diversidad funcional.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboración entre la cadena hotelera Garden Hotels y los asociados a la asociación APAEMA para introducir alimentos ecológicos locales en los menús de sus hoteles. - Creación de una planta de compostaje pionera, en colaboración con el mayor productor de agricultura ecológica de Mallorca, en la que se convierten los residuos orgánicos de tres hoteles en compost ecológico. Este se permuta por productos ecológicos que vuelven a los bufés de los hoteles. - Creación del rincón "BioCorner" en un hotel con 100% alimentos ecológicos y mayoritariamente locales para ponerlos en valor y que sean fácilmente identificables.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - En determinadas épocas del año la oferta de alimentos frescos con sello de agricultura ecológica es inferior a la demanda, obligando a la importación procedente de otras zonas geográficas. Algunos motivos de esta situación son la carencia de agricultores ecológicos, la escasez de productividad en algunos terrenos y la dificultad de acceso a una nueva tierra cultivable, entre otros. Entre estos factores existe uno de fundamental: la falta de adobo orgánico para la fertilización de los campos inscritos en el Consejo Balear de la Producción Agraria Ecológica. El compostaje propio de los productores parte de una importante limitación en cuanto a la disponibilidad de restos orgánicos y estiércoles, en un marco donde la ganadería extensiva está en claro retroceso. - El proyecto inició como prueba piloto con unas condiciones muy concretas porque la legislación de aquel momento no permitía que una empresa privada gestionara sus residuos orgánicos para generar compost. Durante los años 2017 y 2018 se paralizó la generación de compost a causa de esta situación. Gracias a los esfuerzos realizados durante la redacción de la nueva ley de residuos balear 8/2019 y después de 4 años de burocracia para obtener la autorización de gestor de residuos y gestor de biomasa requeridas, disponemos de una planta de compostaje autorizada.

PROYECTO NO PLASTIC

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Garden Hotels
Objetivos	Reducir la cantidad de plástico de un solo uso en los establecimientos. Reutilizar los envases de plástico de los hoteles. Ofrecer un producto ecológico con ingredientes naturales. Potenciar la economía local. Favorecer la inclusión laboral de personas con diversidad funcional.
Acciones	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo e implementación del proyecto No Plastic para eliminar los plásticos de un solo uso de los establecimientos. El eje central del ha sido la sustitución de las tradicionales botellitas de plástico que encontramos en los baños de las habitaciones por dispensadores de policarbonato rellenables, reutilizables y retornables.- Colaboración con la empresa mallorquina "Tot Herba", responsables de la elaboración de los productos de champú, gel y acondicionador ecológicos con ingredientes naturales y de origen local como la almendra mallorquina. Las materias primas de todas sus elaboraciones ponen en valor los productos de origen mediterráneo de cultivos ecológicos, especialmente procedentes de cultivos propios y sostenibles. Solo utilizan conservantes e ingredientes reconocidos y autorizados en certificación ecológica y sus tensoactivos son sostenibles, de origen natural y garantizan una limpieza profunda, así como respetuosa con la piel y el cabello.- Realización de una prueba piloto en un hotel con dispensadores de mayor tamaño (300 ml.) y formato reutilizable, así como inclusión de personas en riesgo de exclusión social. Actualmente estos dispensadores se utilizan en toda la cadena.- Cuando el recipiente está vacío se envía de nuevo a la empresa Tot Herba, quienes lo lavan, lo rellenan de nuevo y lo vuelven a enviar al hotel para su uso. Solo así se consigue un aprovechamiento real y un coste cero en el plástico de los amenities del hotel. De la misma manera, se han establecido acuerdos para el hotel de Ibiza, Menorca y Huelva a través de los dispensadores reutilizables de la empresa local Aromas de Ibiza.
Limitaciones	La normativa no permitía rellenar los dispensadores en el propio hotel como se había planteado en la prueba piloto. Se buscaron soluciones para que la empresa cosmética dispusiera de las autorizaciones necesarias para higienizar los dispensadores usados y que posteriormente podría rellenar y retornar a nuestros hoteles.





APOYO A LA CREACIÓN Y VIABILIDAD DE LA MARCA ME ECOLÒGIC DE MALLORCA

Subsector	Alojamientos hoteleros
Empresa/s	Garden Hotels
Objetivos	Ofrecer alimentos de proximidad, Km 0 y productos ecológicos. Minimizar el impacto ambiental y ecológico. Favorecer la economía local. Generar respeto entre los turistas mostrándoles la cultura Balear.
Acciones	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo a la diversidad autóctona y al bienestar animal, involucrándose en la idea del producto Me Ecològic de Mallorca propuesta por 3 ganaderos. Se trata de cordero ecológico de Mallorca que nace y crece en fincas ecológicas, se alimenta principalmente de leche materna y de los pastos de la finca, libres de pesticidas, químicos y transgénicos. - Elaboración de un plan de negocio para los ganaderos y organización en uno de los hoteles Garden un evento de degustación del producto Me Ecològic con un doble fin: presentar el propio producto en sociedad y conseguir clientes para permitir la viabilidad del proyecto. Ninguno de los invitados, personalidades de la hostelería, política y ganadería de Mallorca, se comprometieron con la compra de producto. - Modificación de los menús y cartas de los restaurantes, asumiendo Garden Hotels la compra de la cantidad mínima exigida por el plan de negocio para su viabilidad, poniendo a disposición las propias cocinas para el despiece y aprovechamiento de todas las partes del cordero y redistribuyendo con nuestras propias furgonetas el producto al resto de nuestros hoteles. - Cierre de un acuerdo de compromiso de compra de 150 kg semanales, unos 3.000 kg de cordero ecológico mallorquín por temporada, contribuyendo al desarrollo de los agricultores y ganaderos mallorquines. Con los años esta idea se ha convertido en una empresa rentable que ha crecido hasta aglutinar a más de 40 ganaderos.
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Los productores del cordero ecológico mallorquín no disponían de las infraestructuras necesarias para realizar el despiece del cordero y ofrecían el cordero completo abierto en canal, no las partes que habitualmente consume el sector de la hostelería. Tampoco disponían de cámaras de refrigeración ni los elementos necesarios para la distribución de su producto. - La competitividad en términos de precio de este producto frente a la carne importada del extranjero es compleja si solo se tienen en cuenta los beneficios económicos a corto plazo.

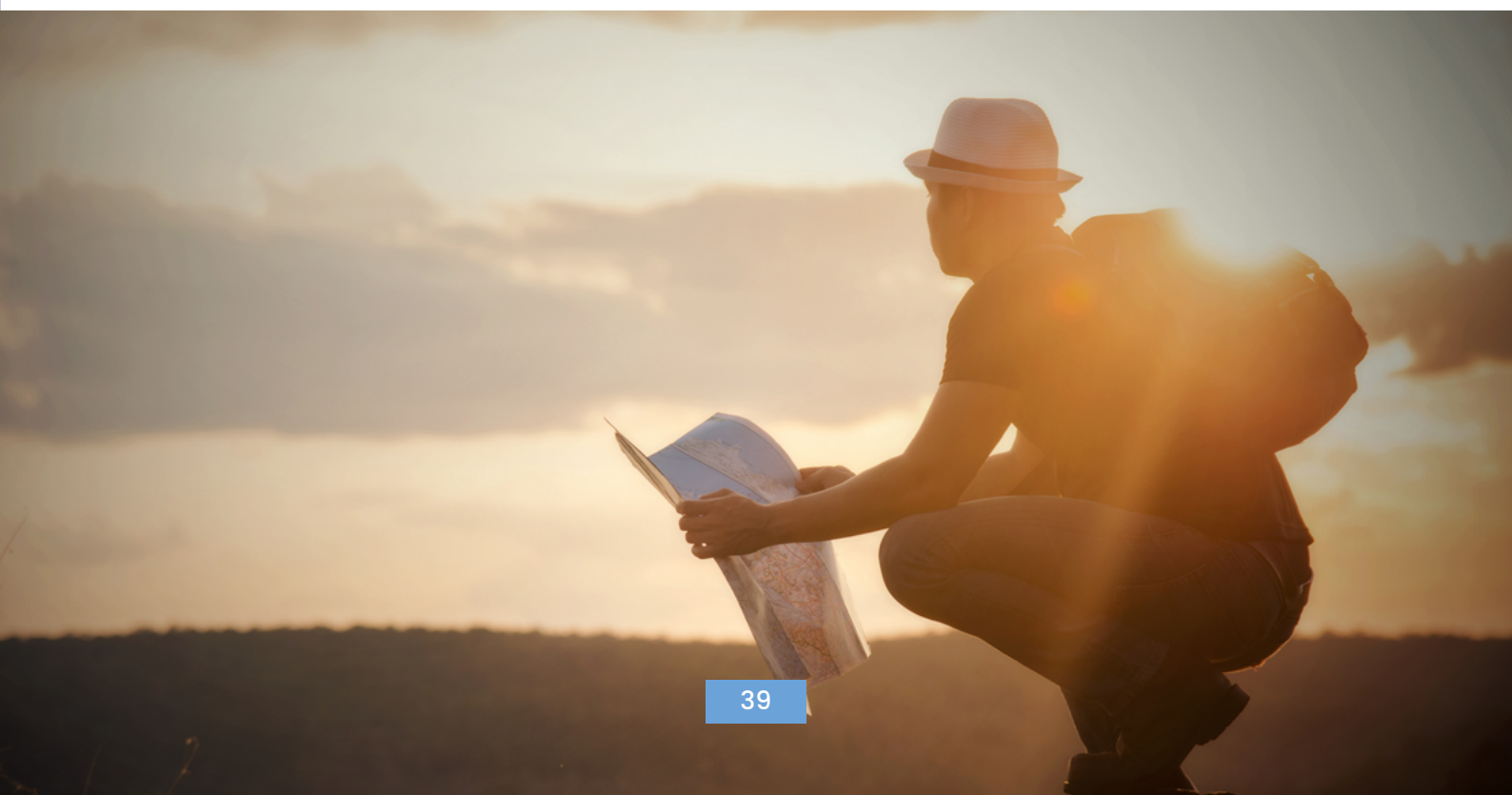
6

**Propuestas
para Facilitar
la Transición
Circular y
Sostenible de
las Empresas
Turísticas
Españolas**

6. Propuestas para Facilitar la Transición Circular y Sostenible de las Empresas Turísticas Españolas

El cambio de modelo no debe reducir las ganancias económicas ni suponer un aumento del desempleo. Para ello es preferible una transición, que un cambio brusco de patrones de consumo y de producción. No obstante, como se ha mencionado, este cambio de modelo debe prestar atención a las ganancias sociales y ambientales, además de las ganancias económicas. Concretamente, se propone lo siguiente:

1. Fortalecer el diálogo entre la Administración Pública, las organizaciones empresariales y la sociedad.
2. Generar mecanismos para disminuir la brecha en el acceso a fondos y herramientas que aceleran la transición para el caso de las pymes.
3. Establecer incentivos fiscales que motiven el cambio de modelo.
4. Destinar más ayudas a la economía circular para el sector turístico de forma efectiva. Por ejemplo, la Línea de Financiación para Proyectos de Eficiencia Energética y Economía Circular de Empresas Turísticas (MINCOTUR), en la práctica sólo subvenciona actuaciones de eficiencia energética para alojamientos turísticos, dejando fuera muchas empresas y otras acciones en pro de la circularidad del turismo.
5. Considerar las inversiones en fotovoltaica como acciones subvencionables de mejora de eficiencia energética, pues también contribuyen a la sostenibilidad y a la circularidad del sector.
6. Otorgar más peso a la actividad turística en el PERTE de Economía Circular de acuerdo a su consideración de sector prioritario en el marco de la Estrategia España Circular 2030.
7. Situar al turismo como una línea transversal de los PERTES, tanto por la ausencia de un PERTE específicamente turístico, como por la propia naturaleza transversal y multisectorial de la actividad turística.



8. Mejorar la transferencia de conocimiento hacia y desde el sector empresarial.
9. Adaptar los planes de formación a las nuevas necesidades del sector turístico.
10. Tener en cuenta para la transición turística el importante papel que deben jugar los propios turistas y los proveedores de la cadena de valor de las empresas turísticas, y a tal efecto implementar acciones de concienciación destinadas a estos colectivos.
11. Acompasar la evolución normativa a los ritmos de creación de infraestructuras, que en ocasiones son más lentos, como por ejemplo los puntos de recarga de vehículos eléctricos.
12. Homogeneizar las herramientas y los criterios de medición de sostenibilidad y circularidad, así como impulsar la normalización de los mismos.
13. Utilizar indicadores sociales y ambientales además de los económicos, para medir la competitividad, la rentabilidad y, en definitiva, la economía.
14. Atender y acompañar las distintas velocidades de la transición turística que coexisten fruto de la heterogeneidad del sector turístico y el gran porcentaje de pymes.
15. Impulsar la visibilización de buenas prácticas, a modo de ejemplos demostradores para el resto de las empresas.



Referencias

- Alonso-Almeida, M. M., Bagur-Femenias, LL., Llach, J. y Perramon, J. (2015): Sustainability in small tourist businesses: the link between initiatives and performance, *Current Issues in Tourism*, pp. 1-20.
- Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A. (2019). *Guía para un turismo sostenible: Retos del sector turístico ante la Agenda 2030*, REDS, Madrid.
- Bagur-Femenías, LL., Martí, J. y Rocafort, A. (2015). Impact of sustainable management policies on tourism companies' performance: the case of the metropolitan region of Madrid, *Current Issues in Tourism*, 18 (4), pp. 376-390.
- Bemelmans-Videc, M.L., Rist, R. C. y Vedung, E. (1998) *Carrots, sticks and sermons: Policy instruments and their evaluation*. New York: Routledge.
- CEOE (2022). Informe de Seguimiento de los fondos Next Generation en España : situación actual y recomendaciones desde la visión empresarial - Segundo informe. <https://www.ceoe.es/es/publicaciones/union-europea/informe-de-seguimiento-de-los-fondos-next-generation-en-espana>
- Comision Europea (2022). *Transition Pathway for Tourism*.
- Ferrer, J., Herrería, N., Remon, A., Isla, M., Morató, J., Villanueva, B., Batalla, J., y Villa, M. (2022). Proyecto Economía Circular España: *Acelerando la Transición en el Sector Turismo*. Accenture, Cátedra de Economía Circular y Sostenibilidad, Tecnocampus de Mataró Universidad Pompeu Fabra, Cátedra UNESCO de Sostenibilidad Universitat Politècnica de Catalunya, Fundación para la Sostenibilidad energética y Ambiental.
- Font, X., Garay, L. y Jones, S. (2014). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas, *Journal of Cleaner Production*, pp. 1-10.
- Garay, L., Gomis J. M. y González, F. (2018). El valor de la sostenibilidad como factor de diferenciación en los procesos de intermediación turística: Un análisis para el caso de las pymes catalanas, *Cuadernos de Turismo*, 41, pp. 219-248.
- Gaztelumendi I., Tarí A., y Mora, D. (2019). Informe sobre economía circular aplicada al turismo Segittur.
- GSTC (2016). *Criterios GSTC para Hoteles*, versión 3.
- Martí, N. (2021). Turismo sostenible en empresas turísticas vacacionales. Motivaciones y limitaciones en la implantación de medidas sostenibles en Cataluña, *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 19(3), pp. 419-435.
- Mihalic, T. (2014). Sustainable-responsible tourism discourse-Towards "responsustable" tourism, *Journal of Cleaner Production*, 30, pp.1-10.
- Nicolau, J. L. (2008). Corporate Social Responsibility: Worth-Creating ctivities, *Annals of Tourism Research*, 35(4), pp. 990-1006.
- OMT (2022). Desarrollo sostenible. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Santos-Lacueva, R., Ariza, E., Romagosa, F. & Saladié, Ò. (2019). The vulnerability of destinations to climate change: A comparative análisis of contextual socio-political factors, *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (8), pp.1217-1238.
- SEGITTUR (2019). Informe sobre economía circular aplicada al turismo. Por Gaztelumendi, I., Tarí, A. y Mora, D.
- SEGITTUR, (2022a). *Guía para la aplicación de la economía circular en el sector turístico de España*.
- SEGITTUR, (2022b). *Manual para la transición de una pyme turística hacia una economía circular*.
- SEGITTUR, (2022c). *Manual para la transición de un destino turístico hacia una economía circular*.
- Velasco González, M. (2011). La política turística: Una arena de acción autónoma, *Cuadernos de Turismo*, 27, pp. 953-069.
- Worthington, I., Ram, M. y Jones, T. (2006). Giving something back': a study of corporate social responsibility in UK South Asian small enterprises, *Business Ethics: A European Review*, 15(1), pp. 95-108.