



Universidad
Politécnica
de Cartagena



FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA
EMPRESA

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y TURISMO SOSTENIBLE

Autor: D. Iván Herreros Pozo

Tutor: D. Ignacio Segado Segado

Curso 2020/2021

Junio de 2021

A mis padres, Juan y María, por la educación y valores que me han conferido, y por animarme y apoyarme en todos mis proyectos.

A mi hermano, Álvaro, por sus conversaciones y sus risas, que me han ayudado siempre a evadirme de cualquier problema y me devuelven a la niñez.

A Carol, por cruzarse en mi vida, quererme desde entonces sin condiciones, y motivarme durante estos años de carrera.

A mis compañeros de trabajo, por haberme dado todas las facilidades para compatibilizar estos duros años.

A todos mis profesores, no sólo a los de la Universidad, por su tiempo y dedicación para ayudarme a crecer como persona y formarme como profesional.

Dedicatoria especial a mi tío Luis, que ya no está con nosotros pero le tengo muy presente, por ser uno de mis referentes sobre cómo actuar y tratar a las personas.

Muchas gracias a todos.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.	1
2. ANTECEDENTES.	2
2.1. El turismo.	2
2.1.1. Concepto.	2
2.1.2. Evolución del turismo.	5
2.1.3. El turismo en España y la Región de Murcia.	7
2.2. Desarrollo Sostenible.	9
2.2.1. Concepto, características y dimensiones.	9
2.2.2. Ámbito empresarial.	14
2.3. Agenda 2030.	17
2.3.1. Concepto y Objetivos de Desarrollo Sostenible.	17
3. EL TURISMO SOSTENIBLE.	21
3.1. Concepto y capacidad de carga turística.	21
3.2. Análisis de los ODS implicados en el Turismo Sostenible.	24
4. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS ODS EN EL CONTEXTO TURÍSTICO DEL MAR MENOR.	29
4.1. Metodología empleada.	29
4.2. Análisis de los datos recogidos.	30
5. CONCLUSIONES.	44
6. ANEXO.	46
6.1. Anexo 1. Cuestionario para el estudio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la perspectiva de las empresas del sector turístico en la zona del Mar Menor.	46
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	51

1. INTRODUCCIÓN.

Este trabajo nace ante la preocupante situación que atraviesa el mundo en la actualidad. Cada vez son más frecuentes los desastres naturales, cuyo origen suele venir a causa de la acción humana, ya sea por un consumo descontrolado de los recursos o por una incesante contaminación. Lamentablemente, no sólo el medioambiente se ve perjudicado. En la economía y los negocios existe una predominancia por la maximización de los beneficios a corto plazo, y por el lema “el fin justifica los medios”, adoptado en muchas ocasiones por aquellos que se reparten el poder. Por otro lado, en la era de la globalización, con la que se propone una sociedad interconectada, todavía existen regiones en situación de pobreza extrema, además de contemplarse tantas desigualdades sociales, que su mera existencia ya no resulta una sorpresa.

Bajo todo este contexto, surge un rayo de esperanza encabezado por las Naciones Unidas que, durante varias décadas, lleva combatiendo los problemas ambientales, económicos y sociales. Desde 2015 y durante los siguientes 15 años, el instrumento empleado por esta organización es la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, la cual se explicará en capítulos posteriores.

Con la motivación surgida para realizar este trabajo, se pretende aportar un granito de arena al bien común, dando difusión a la gran labor llevada a cabo por Naciones Unidas y otros organismos colaboradores, así como concienciar a todo aquel que participe o lea el presente documento.

Con el fin de acotar el extenso problema que se expone, se ha decidido limitar el objeto de estudio al ámbito del turismo, debido a la constante y notoria evolución que ha venido mostrando en los siglos XX y XXI en todo el mundo y en España en particular. En consecuencia, se tratará de demostrar si el cambio de mentalidad que busca la Agenda 2030 es posible aplicarlo a este sector cuya actividad se basa en la explotación de recursos naturales y sociales para lograr beneficios económicos.

Para ello, se llevará a cabo un estudio pormenorizado de todo lo concerniente al sector turístico, incluyendo un recorrido histórico que muestre su crecimiento y comentando cuál es su aportación a la economía internacional y nacional. También se profundizará en el término desarrollo sostenible y se analizará la Agenda 2030 y los objetivos que se establecen en ella. Una vez creado dicho marco analítico, se enlazarán todos estos conceptos que, en apariencia, resultan independientes entre sí, pero que juntos, dan lugar a lo que se denomina turismo sostenible. Seguidamente, se llevará a cabo un ejercicio aplicado por medio de una encuesta,

que valorará el grado de implicación e influencia del desarrollo sostenible en la actividad turística.

La población escogida para la obtención de resultados han sido empresas dedicadas a diferentes subsectores del turismo en los municipios que rodean al Mar Menor. Para finalizar, se extraerán una serie de conclusiones que permitirán conocer, desde un punto de vista académico, cómo de concienciado se encuentra el sector turístico de la zona escogida en relación a la propuesta de Naciones Unidas por medio de la Agenda 2030.

2. ANTECEDENTES.

En este capítulo se profundizará sobre tres elementos básicos para configurar un prisma conceptual que permita contextualizar adecuadamente este trabajo fin de grado. En primer lugar, el turismo, un término en constante movimiento, del que surgen infinidad de variantes o tipologías que serán mencionadas. Posteriormente se realizará un interesante recorrido sobre la evolución que ha experimentado el turismo a lo largo de los siglos, así como un análisis sobre la importancia y repercusión que tiene en España y en la Región de Murcia.

A continuación, se indagará en el concepto desarrollo sostenible. Para ello se expondrá la visión de ciertos autores y se tratará el papel fundamental que han desempeñado las Naciones Unidas en su evolución. Además, se analizará la contribución de las empresas en el camino hacia la sostenibilidad, mostrando qué herramientas tienen a su disposición para lograr su integración.

Finalmente, se hablará sobre el compromiso internacional adoptado a través de la Agenda 2030, y se presentarán los Objetivos de Desarrollo Sostenible que la conforman.

2.1. El turismo.

2.1.1. Concepto.

El turismo abarca una actividad socioeconómica multidisciplinar, debido a la gran variedad de elementos y perspectivas que lo componen. A pesar de haber sido practicado, como se verá posteriormente, desde los orígenes del ser humano, no es hasta el siglo XX cuando el turismo como concepto comienza a definirse. Para Von Schullern (1911), se trataba del “conjunto de todos aquellos procesos, sobre todo económicos, que ponen en marcha las llegadas, las estancias y las salidas de turistas a y desde una determinada comunidad, región o estado y que se relacionan directamente con ellas”. Por tanto, ya se resaltaba el flujo económico que podía generar el interés hacia un territorio por parte de unos visitantes. Años más tarde, la Liga de las Naciones (1937), organización internacional creada mediante el Tratado de Versalles

tras el fin de la Primera Guerra Mundial, estableció los límites temporales del turismo, comprendidos “entre menos de un año y más de veinticuatro horas”. Con esta matización se pudo comenzar a distinguir entre los términos turista y excursionista, dependiendo de si se permanecía al menos un día completo en el lugar a visitar o no.

Por otro lado, cabe destacar que la bibliografía en torno al concepto de turismo es muy extensa, no existiendo una definición exacta, puesto que todas aportan un matiz en función del contexto en el que se encuentren. Por ello, para este trabajo se recurrirá a la definición más reciente que la Organización Mundial de Turismo (en adelante OMT), máxima institución a nivel internacional desde su creación en 1974, refleja de manera amplia y flexible, en su web corporativa (2020):

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

Además, la OMT, establece también tres elementos indispensables para que un viaje sea considerado de turismo: desplazamiento, propósito y duración. De esta forma, es necesario que dicho viaje suponga una salida del entorno habitual, que tenga un fin no relacionado con la realización de una actividad remunerada y que la estancia sea siempre inferior a un año.

Para Molina (1997), el turismo busca alcanzar los siguientes objetivos:

- Participar en el desarrollo integral del ser humano, de forma que las nuevas experiencias vividas mejoren su autoestima y su nivel de autorrealización, y favorezcan su evolución como persona.
- Contribuir al crecimiento social y económico del lugar de destino.
- Satisfacer necesidades de descanso y ocio, sirviendo como vía de escape respecto a las obligaciones diarias y desconexión con el trabajo.

Para lograr estos objetivos, Molina (1997) pone de manifiesto el carácter multisectorial de toda actividad turística, y expone que el turismo funciona como un sistema formado por una serie de componentes interrelacionados entre sí, que permiten generar unos beneficios directos e indirectos al conjunto de la sociedad. Estos componentes a los que hace referencia son:

- La demanda: Comprende al grupo de personas que se desplazan a un destino y hacen uso de las instalaciones y servicios que se ofrecen para la práctica turística.

- La superestructura: Está formada por entes públicos, privados y mixtos que, utilizando la legislación en materia de turismo como herramienta principal, se encarga de garantizar un buen funcionamiento de todo el sistema.
- La infraestructura: Hace referencia a cada uno de los servicios, no necesariamente exclusivos del turismo, que sirven de apoyo a la población local y sin los cuales sería imposible el funcionamiento de cualquier actividad turística. Algunos ejemplos serían las carreteras, aeropuertos, alcantarillado o red eléctrica.
- La comunidad receptora: Corresponde al conjunto de empresas y personas encargadas de prestar servicios a los viajeros durante su estancia en el destino. Algunos de los servicios a los que hace referencia son alojamiento, restauración, ocio o desplazamiento.
- Los atractivos: Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que dotan de valor a un determinado destino turístico, y suponen una motivación para los viajeros a la hora de elegir el lugar a visitar.

La consecuencia principal de reunir todos los componentes del turismo en un sistema integrado es la elección del lugar de destino. Para tomar esa decisión, los turistas suelen tener en cuenta factores como la seguridad (sanitaria o social), la relación-calidad precio que supone el conjunto de la actividad turística, la singularidad o distinción de un destino frente a otros y, finalmente, la variedad de atractivos que pueden confluir en un mismo destino. De hecho, el componente de los atractivos está estrechamente ligado a cualquiera de las clasificaciones de tipologías de turismo que existen en la actualidad, puesto que más allá de los factores descritos anteriormente, la actividad a realizar debe despertar una inquietud o motivación para que el turista se decida a viajar. Si bien es cierto que, en función de la fuente que se consulta, la lista referida a tipologías de turismo es cada vez más extensa, este trabajo se seguirá ciñendo a la ofrecida por la OMT (2019), distinguiendo entre los siguientes tipos de turismo:

- Turismo cultural.
- Turismo de negocios.
- Ecoturismo.
- Turismo gastronómico.
- Turismo rural.
- Turismo costero, marítimo y de aguas interiores.
- Turismo de aventura.

- Turismo urbano de ciudad.
- Turismo de salud.
- Turismo de montaña.
- Turismo de bienestar.
- Turismo educativo.
- Turismo médico.
- Turismo deportivo.

2.1.2. Evolución del turismo.

El ser humano siempre se ha caracterizado por el constante interés en explorar lo desconocido. Ya en la Prehistoria, los primeros pueblos nómadas mostraban este afán característico de descubrir nuevos territorios, así como una gran capacidad para adaptarse a ellos. Unas cualidades que demuestran lo íntimamente relacionado que podría estar con el origen de los primeros turistas.

Pese a que, como se observa, ha estado presente desde los comienzos de la historia de la humanidad, el turismo, entendido como fenómeno social y económico que es hoy en día, tiene sus inicios pocos siglos atrás. Concretamente, en el siglo XVII, cuando la clase noble europea comenzó a realizar lo que se conocía como *grand tours*, que consistían en viajes de hasta tres años de duración, que los jóvenes aristócratas emprendían con el fin de completar su formación social, artística e intelectual. Existía, por tanto, una estrecha relación entre turismo y cultura, extendiéndose estos *grand tours* hasta la burguesía del siglo XVIII.

La motivación del turismo comienza a cambiar en el siglo XIX, con la Revolución Industrial. La formación se ve sustituida por la necesidad de obtener información, de manera que ciertos sectores de la burguesía, favorecidos por la incorporación de los trenes como nuevo medio de transporte, emplean sus viajes para conocer las nuevas propuestas de producción y comercialización. Además, entablar interesantes conversaciones, intercambiar experiencias o compartir espacio y tiempo con otros viajeros, se convirtieron también en algunos de los atractivos que perseguían estos turistas.

Paralelamente, durante este periodo comienza a aflorar el interés por la naturaleza, dando lugar a los primeros espacios y parques naturales protegidos. También surge la moda de gozar de baños en el mar, permitiendo la creación de los primeros *sea-side resorts*. Es en este contexto en el que aparece por primera vez el turismo como concepto. Concretamente fue

Thomas Cook (1808-1902), considerado “padre del turismo”, quien fue pionero en la creación de la primera agencia de viajes, y quien organizó de manera profesional el primero de ellos, tal y como afirma, en uno de sus artículos, Entorno Turístico (2016).

En el siglo XX, se produce un punto de inflexión para entender el turismo como hoy en día conocemos: aparecen las “vacaciones pagadas” que implementaron en la década de los años 30 tanto la España de la Segunda República como el Gobierno socialista francés de León Blum. Este llamado “turismo social” adquirió gran relevancia en toda Europa y tuvo como objetivo la gestión del tiempo libre de las clases populares.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, en las empresas se afianza la idea de que todo trabajador requiere de un descanso y de una actividad turística que le permita volver en las mejores condiciones a su puesto de trabajo. Se percibe una expansión y diversificación del turismo, que se traduce en la creación de zonas de descanso artificiales y la sobreexplotación de las zonas costeras, con los problemas urbanísticos y medioambientales que todo ello conlleva. Los turistas disfrutaban de unos entornos confortables, buscando unas condiciones de vida y un clima alternativo al de sus residencias habituales. Esto afecta a la relación entre turismo y cultura que predominaba en siglos anteriores, ya que la interacción con los habitantes locales, como el hecho de compartir sus costumbres y formas de vida, se sustituye por un uso trivial del territorio.

El desarrollo económico gracias al turismo presenta dos caras opuestas en esta segunda mitad del siglo XX. Por un lado, el crecimiento en las zonas turísticas alcanza niveles hasta entonces nunca vistos, en el que la creación de empresas se multiplica y cada vez son mayores los beneficios económicos. Pero, por otro lado, presenta una calidad del turismo cuestionable, donde abundan una serie de tópicos que limitan la oferta turística. Sirviendo de ejemplos, comer paella, bailar flamenco o ver una corrida de toros se convierten en actividades imprescindibles cuando se visita cualquier rincón de España, al igual que comer espaguetis o pizza al viajar a Italia, o vestirse de mariachi si el desplazamiento es a México, siendo éstos algunos de los estereotipos que motivan a los turistas y que se encuentran algo alejados de la realidad.

Con la llegada del siglo XXI, poco a poco se produce un cambio de concienciación en un amplio sector de la sociedad. La cultura ha vuelto a recobrar el interés de los turistas, de forma que, junto al ocio, los negocios, el descanso, la salud o las relaciones familiares, se convierte en uno de sus principales objetivos. De nuevo existe un deseo por conocer las costumbres locales, sentir la experiencia de vivir como un lugareño más durante la estancia, y una predisposición a preservar los espacios a visitar.

Actualmente, el turismo se ha convertido en uno de los sectores de mayor relevancia y crecimiento del mundo. Si bien es cierto que en el último informe del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2020) se muestra una caída del turismo en la aportación al PIB mundial (hasta suponer tan sólo el 5,5% del total a causa de la crisis provocada por la Covid-19), el año anterior (2019), registraba una importante participación del 10,4% en el PIB de todo el mundo y una aportación total de 334 millones de puestos de trabajo conforme a los datos recabados por la misma fuente. Además, según Hosteltur (2021), se espera que tan pronto como se levanten las restricciones de movilidad y se reanuden los viajes, las cifras recuperen los registros que venían alcanzando antes de la pandemia, lo cual invita a pensar en el amplio abanico de oportunidades de crecimiento y desarrollo que ofrece el sector, pero también en sus debilidades y en no descuidar los grandes retos y responsabilidades que conllevan, tratando de dejar siempre una huella positiva en la sociedad, y asegurando la sostenibilidad del destino y sus negocios.

2.1.3. El turismo en España y la Región de Murcia.

El turismo conforma uno de los principales pilares de la economía española. De hecho, España ocupa el segundo lugar en el ranking de países que más turistas internacionales reciben del mundo, con un total de 82,7 millones de visitantes en 2019, según los últimos datos disponibles de la OMT (2020). Dicho ranking, lo encabeza Francia, 89,4 millones de visitantes, mientras que EE.UU. completa el podio con 79,6 millones de visitantes. Pero no siempre fue así. De hecho, el turismo llegó a España en el siglo XX, con cierto retraso respecto a los países vecinos, y no es hasta 1951, con el Ministerio de Información y Turismo, cuando adquiere una importancia tan relevante como para estar presente en la denominación de un departamento ministerial. En la actualidad se engloba dentro del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Asimismo, los datos recogidos por el INE son también bastante satisfactorios, ya que el turismo aportó un total de 154.487 millones de euros a la economía española en 2019, lo que supone una participación del 12,4% del PIB. Unas cifras que han ido creciendo en la última década hasta alcanzar máximos históricos. Buena parte del mérito por la consecución de estos datos se deben a un progresivo cambio de rumbo en la gestión del turismo. Tradicionalmente, España se ha venido caracterizando por el conocido como turismo de “sol y playa”, que correspondería al denominado turismo costero en la tipología mostrada anteriormente en este trabajo. No es nada desdeñable la importancia que este tipo de turismo ha tenido en la historia del país, manteniendo a flote la economía en etapas de decadencia como la sufrida a lo largo de la dictadura franquista o, sin ir más lejos, con la crisis de 2008. No obstante, la creación de organismos públicos como TURESPAÑA (1982), adscrito actualmente al Ministerio de Industria,

Comercio y Turismo, así como asociaciones privadas como EXCELTUR (2002), ha favorecido a la evolución de un sector que ha sabido diversificarse y ofrecer nuevos productos. En consecuencia, al ya mencionado turismo de “sol y playa”, se ha unido el cultural, el gastronómico, el de montaña, el rural o el ecoturismo.

Entre las nacionalidades de los principales turistas en España, son los franceses los que mayor número de visitas registran, con 3,9 millones en 2020, seguidos de británicos y alemanes, según Statista (2021). Además, dicha fuente afirma que el perfil medio del turista internacional en España es el de una persona con una edad comprendida entre los 36 y los 44 años, cuya motivación para viajar está relacionado con el ocio junto a su pareja, desplazándose al país por vía aérea y alojándose en un hotel por una duración comprendida entre cuatro y siete noches.

Por su parte, la Región de Murcia, ubicada en el sureste peninsular, cuenta con más de 250 kilómetros de litoral, que recibe el nombre turístico de Costa Cálida y presenta para el año 2019 un PIB turístico de 3.500 millones de euros, lo que supone el 11,4% sobre el total del PIB regional, según el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2019). Uno de sus espacios con mayor interés turístico es la zona del Mar Menor, que se trata de una laguna salada, considerada la más grande de Europa, que tiene una extensión de 135 kilómetros cuadrados y alcanzando los 7 metros de profundidad. Visualizar los bellos paisajes costeros y disfrutar del agradable clima de la zona, han sido dos de los principales motivos que han atraído a los turistas durante décadas. Es por ello que el turismo del Mar Menor esté encuadrado principalmente en el tradicional “sol y playa”. Conforme a los datos recogidos por la Unidad de Estadística de Instituto de Turismo de la Región de Murcia (2019), la procedencia de los turistas nacionales suele ser Madrid, Andalucía, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Castilla León; mientras que los turistas internacionales que más frecuentan este lugar son Reino Unido, Irlanda y Francia. El perfil de turista que visita el Mar Menor es el de personas entre 36 y 45 años, que viajan en pareja o familia y se alojan en viviendas o establecimientos hoteleros durante una media de 11,6 días, realizando un desembolso medio por persona y día de 70,42€.

Se hace destacable el dato ofrecido en el Balance Turístico de la Región de Murcia (2018), el cual indica que alrededor del 82% de los turistas son repetidores. Esto ha llevado a emplear un cambio de estrategia en la oferta del producto turístico, de forma que se consiga atraer a nuevos turistas, principalmente en épocas de temporada media y baja.

Gracias a la inversión en publicidad y mercadotecnia, otras modalidades de turismo han ido adquiriendo una relevancia cada vez mayor en la zona del Mar Menor. Destaca el turismo deportivo, especialmente acuático, ya que la tranquilidad de sus aguas supone el escenario

perfecto para practicar snorkel, windsurf o vela. Ya en tierra, el golf, se presenta como otro de los principales atractivos, especialmente para el turista internacional. Ligado al turismo deportivo, se encuentra el de aventura, con empresas que se encargan de organizar rutas y combinar varias disciplinas como senderismo, kayak o escalada. También está presente el turismo de ocio, con empresas dedicadas al karting, paintball, boleras o alquiler de bicicletas.

Por último, y no menos importantes, destacan el turismo gastronómico, orientado a la degustación de platos de la zona; y el turismo medicinal, relacionado con los lodos formados en el extremo norte de la laguna (San Pedro del Pinatar), los cuales poseen propiedades curativas para personas con dolencias relacionadas con huesos y articulaciones; y el turismo cultural, con el Festival Internacional de Jazz o el Festival de Teatro, Música y Danza, ambos celebrados con carácter anual en la localidad costera de San Javier.

2.2. Desarrollo Sostenible.

2.2.1. Concepto, características y dimensiones.

Durante décadas, el modelo de vida en los países desarrollados no ha respetado los límites biofísicos del planeta. Por fortuna, en la sociedad actual está muy presente el término sostenibilidad. Éste consiste en un concepto complejo que, dependiendo del contexto en el que se trate, puede adquirir ciertos matices. Para este trabajo fin de grado, se adoptará el término acuñado en 1987 por Gro Harlem Brundtland, quien entonces ocupaba los cargos de primera ministra noruega y presidenta de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. De esta forma, Brundtland, en su informe “Nuestro futuro en común”, define el término desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades actuales, sin comprometer la disponibilidad de los recursos naturales ni las posibilidades de generaciones futuras”. Ante lo sustraído por esta definición, es posible afirmar que cada una de las acciones que el ser humano lleva a cabo, afecta al entorno que le rodea, de forma que el crecimiento económico, debe lograrse acompañado siempre por el respeto a la naturaleza y al resto de seres vivos.

La elaboración del también conocido como “Informe Brundtland”, presentado como parte de los preparativos de la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro, que tendría lugar en 1992, supuso un momento histórico, ya que fue crucial para desencadenar una nueva ola de análisis y actividades sostenibles. No obstante, este concepto englobaba una idea que años antes ya comenzaba a perseguirse. En la siguiente tabla, se detallan, por orden cronológico, aquellos eventos que conformaron los cimientos, realidad y evolución de lo que a día de hoy es el desarrollo sostenible:

Figura 1. Acontecimientos históricos en torno al desarrollo sostenible.

1972	1ª Cumbre de la Tierra (Estocolmo)	Se manifiesta, por primera vez a nivel mundial, la preocupación por la problemática ambiental.
1980	Estrategia Mundial para la Conservación de la Naturaleza y Recursos Naturales	Establece la existencia de interdependencia entre el desarrollo económico y la conservación de los recursos naturales.
1982	Carta Mundial ONU para la Naturaleza	Busca el entendimiento entre la dependencia humana de los recursos naturales y el control de la explotación.
1984	1ª Reunión de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente	Se presenta la necesidad de establecer una agenda global para el cambio.
1987	“Nuestro futuro en común”: Informe Brundtland Brundtland	Analiza la situación mundial en cuanto a pobreza, vulnerabilidad y medioambiente. Se define por primera vez el término “desarrollo sostenible”.
1992	2ª Cumbre de la Tierra (Río de Janeiro)	Compromiso Agenda 21, para la cooperación entre Estados, sectores y personas, a fin de proteger el medioambiente y lograr un desarrollo económico sostenible.
1994	1ª Conferencia Ciudades Europeas Sostenibles (Aalborg)	Busca la incorporación de principios de Sostenibilidad y justicia social en todas las políticas (social, económica, turismo, etc).
1995	Conferencia Río +5	Se evalúan, por primera vez, los objetivos establecidos en la 2ª Cumbre de la Tierra, corrigiendo errores y omisiones.
2000	Cumbre del Milenio (Nueva York)	Busca el entendimiento entre la dependencia humana de los recursos naturales y el control de la explotación.
2004	Conferencia Río +10	Se avanza hacia la creación de la Agenda 21, responsabilizando a cada país de la incorporación transversal de los retos de desarrollo sostenible a su acción gubernamental.

2012	Conferencia Rio +20	Se busca mejorar la coordinación intragubernamental, así como dar forma a la economía ecológica y a cómo acabar con la pobreza. Además, se fijan las bases para identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
2015	COP 21: Cumbre del Clima de París	Primer acuerdo mundial contra el cambio climático, que tiene como fin la reducción en la emisión de gases CO2 para evitar el calentamiento global.
2015	Cumbre del Desarrollo Sostenible (Nueva York)	Se adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que establece los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
2019	COP25: Cumbre del Clima de Madrid	Se reconoce la acción climática de los Gobiernos y se les invita a crear estrategias para reducir emisiones y presentarlas en la COP26 de Glasgow.

Fuente: Elaboración Propia.

Cada uno de los eventos citados anteriormente, tenían en común tratar de garantizar la supervivencia del planeta en general, y de los seres humanos en particular. Según Velazco (2017), el desarrollo sostenible, que tiene por objetivo mitigar el deterioro ambiental y la desigualdad en la distribución de los recursos, se trata de un compromiso adoptado globalmente por cada uno de los países del mundo, y que requiere la cooperación entre ellos para lograrlo. En consecuencia, Velazco considera que las características propias del desarrollo sostenible son:

- Promueve la autosuficiencia regional, es decir, que no se requiera ayuda, apoyo o interacción externa para supervivencia económica.
- Concede gran importancia a la naturaleza para lograr el bienestar humano.
- Garantiza la actividad económica mejora la calidad de vida del conjunto global, y no de un grupo minoritario.
- Utilización eficiente de los recursos.
- Fomenta el reciclaje y la reutilización.
- Indaga en mejoras del sistema ambiental a través de la actividad económica.
- Promociona el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- Restaura los ecosistemas dañados.

Con el desarrollo sostenible se presenta un escenario que vaya más allá de la exclusiva preocupación por el medioambiente. Se propone, de esta forma, un nuevo modo de vida que plantea el reto fundamental de combinar una economía cada vez más dinámica, con una sociedad que ofrezca oportunidades para todos, al tiempo que se mejora la productividad de los recursos y se libera el crecimiento de la degradación medioambiental. En este sentido, autores como Moriana (2018), destacan tres dimensiones:

- Dimensión económica:

Se busca, en todo momento, la eficiencia en el desarrollo económico, sin sobrecargar las capacidades de la naturaleza. Para ello se llevará a cabo una utilización coherente y responsable de los recursos naturales.

- Dimensión social:

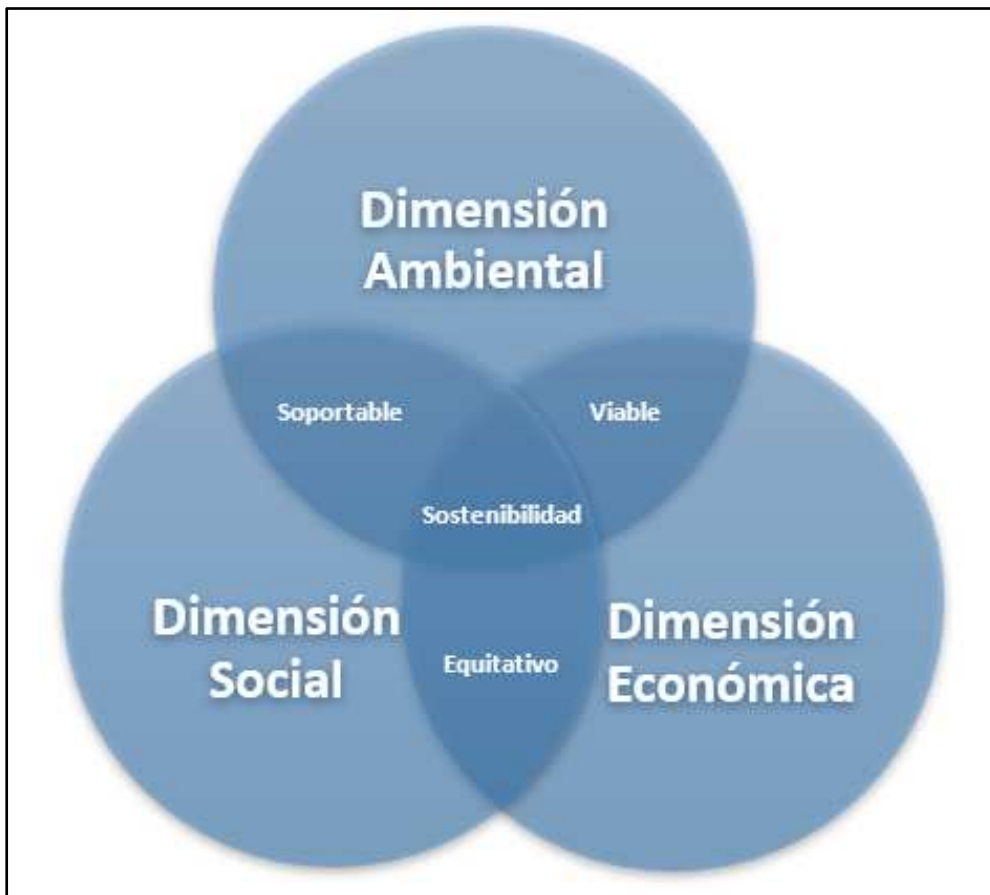
Se pretende prosperar en el grado de convivencia entre personas de distinto género, edad, cultura, religión o profesión, a través del fomento de las relaciones e interacciones sociales entre estos colectivos tanto en espacios públicos como privados. Para ello se emplearán acciones que ensalcen valores como la integración, la inclusión, la solidaridad, la justicia social o el reparto equitativo de beneficios, de forma que cada ciudadano sienta que puede gozar de buenas condiciones de vida. También busca preservar la identidad de las comunidades que compartan una cultura propia.

- Dimensión ambiental:

Consiste en hacer ver a la sociedad que los recursos ofrecidos por la naturaleza no son inagotables, sino que han de protegerse y racionarse. Lo mismo ocurre con la protección de la diversidad biológica y los procesos ecológicos esenciales para la reproducción, regeneración, evolución o vida de cualquier tipo de organismo.

Estableciendo estas tres dimensiones se pretende crear un sistema equilibrado, en el que el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección ambiental, con sus diferentes objetivos y funciones, se refuercen mutuamente actuando de forma independiente. La Figura 2 corresponde a la representación gráfica que Barbier (1987) proporcionó, a través del diagrama de Venn, para el concepto de sostenibilidad. Gracias a ella es posible una comprender mejor el hecho de que a cada una de las tres dimensiones se le atribuya la misma ponderación, y todas se encuentren relacionadas entre sí, conformando los diferentes aspectos que abarca el desarrollo sostenible.

Figura 2. Diagrama de Venn sobre Sostenibilidad.



Fuente: Elaboración Propia.

En primer lugar, de la dimensión social y económica surge el aspecto equitativo. Éste consiste en que los frutos del crecimiento deben repartirse por igual, de forma que todo el mundo tenga acceso a una adecuada formación y un salario digno en el que no exista distinción por género, raza, cultura o religión, etc. También aboga por la ética en los negocios, el comercio justo y la defensa de los derechos humanos y de las minorías.

Por otro lado, el aspecto soportable comprende las dimensiones ambiental y social. Se refiere al cuidado de los recursos por parte de las personas, dado que éstos no son ilimitados, por lo que se hace necesario un uso responsable de los mismos y unas buenas prácticas en sus acciones. La educación y la normativa en cuestiones ambientales constituyen herramientas esenciales con las que se garantice a las generaciones venideras la posibilidad de disponer de cuantos recursos naturales se disfrutan en la actualidad.

El aspecto viable del desarrollo sostenible, por su parte, abarca la dimensión ambiental y la económica. Consiste en impulsar la eficiencia ecológica en todos los proyectos, así como

fomentar una economía comprometida con el medio ambiente, que promueva reformas ecológicas a los impuestos.

Tal y como se muestra en la Figura 2, se observa que los aspectos equitativo, soportable y viable confluyen en un espacio central que, a su vez, corresponde al dominio de la intersección de las dimensiones social, ambiental y económica, dando lugar a la sostenibilidad. De esta forma, Barbier (1987) remarcaba la importancia que adquiere una situación de equilibrio entre las tres dimensiones para lograr un verdadero desarrollo sostenible. Como se verá en el siguiente apartado, Elkington (1994) también consideró que una situación de equilibrio genera una triple ganancia para los negocios, la sociedad y el medioambiente.

Por otro lado, conforme a lo expuesto por estos autores, el descuido o degradación de cualquiera de ellas, afectará de forma negativa a todo el sistema de progreso o bienestar humano. Así, una actividad que descuide la dimensión ambiental, no será soportable ni viable en el tiempo, ya que llegará un momento en el que los recursos no sean suficientes y se llegará al desabastecimiento y a la consecuente caída de la economía, a la vez que la calidad ambiental también se vería mermada debido a esa sobreexplotación. Si por el contrario, no se le diera la importancia necesaria al aspecto económico, la actividad no sería ni viable, ni equitativa en el medio y largo plazo, puesto que se encarecería demasiado el proceso, y la mayoría de la sociedad no podría permitírselo económicamente. Finalmente, al no tomar en cuenta la dimensión social en una actividad, como ocurre en ocasiones con el turismo, no sería soportable, ni equitativa, ya que los recursos naturales se orientarían al desarrollo económico, a costa de la degradación del lugar de destino y del malestar que generaría sobre una población local que no tendría garantizadas unas condiciones laborales adecuadas y que también podría ver en peligro su identidad y costumbres por la falta de amparo normativo.

2.2.2. Ámbito empresarial.

Desde la perspectiva de la empresa, el camino hacia la sostenibilidad marcado desde hace décadas, establece que cada vez exista mayor convencimiento de que la generación de beneficios y la garantía de protección de medioambiente, así como de valores sociales, son objetivos compatibles. Según Laasch y Conaway (2017), las empresas se encuentran en una posición favorable, respecto a las administraciones públicas y la sociedad, para liderar el cambio hacia un mundo más sostenible. Tal y como argumentan estos dos autores, las administraciones públicas poseen el poder legislativo para implantar medidas y crear infraestructura, mientras que la sociedad posee el poder del voto en cuanto a elegir a qué gobierno nombrar, qué productos o servicios adquirir o para quién trabajar. En cambio, las empresas, gracias a la

autonomía con la que llevan a cabo sus actividades, pueden adaptarse con mayor antelación a los cambios de un mundo completamente globalizado. Precisamente ese factor, la globalización, es uno de los puntos fuertes con los que cuenta el sector privado. El motivo es que una idea de negocio sostenible tendrá mejor cabida en un mundo tan diferente pero a la vez tan relacionado como es el actual. Sólo así puede verse atenuado cualquier problema de rentabilidad inicial: mantenerse en el tiempo hasta que dicha idea de negocio consiga atraer al sector público y sociedad, y pueda entonces comenzar a ser rentable.

De este modo, en las empresas, la sostenibilidad viene ligada a una nueva forma de hacer negocios y de convivir con la sociedad y el sector público. Todo ello en un entorno de competencia, en el que continuamente surgen problemas o causas relacionados con la actividad empresarial. A estos problemas o causas que abordan las empresas, Laasch y Conoway (2017) los denominan “temas potenciales”, y los agrupan en tres dominios de fondo: ética, responsabilidad y sostenibilidad.

La ética empresarial, como definen Cortina y Conill (1994), consiste en “descubrir y aplicar valores y normas compartidos en una sociedad pluralista, en el ámbito de la empresa”. Estas normas de comportamiento, que deben ser aceptadas y aplicadas por todos los componentes de la empresa, sirven de guía a la hora de afrontar los numerosos dilemas éticos o situaciones controvertidas del día a día. La ética empresarial no se trata de un concepto moderno, pues ya Aristóteles, en su libro *Política y Ética a Nicómano* (349 a.C) hablaba del “arte de la adquisición”, indicando que debe ser realizada de forma moralmente virtuosa, y buscando siempre hacer el bien. Hoy en día, la ética empresarial se asocia a una serie de principios entre los que destacan el de integridad, justicia, respeto y transparencia.

Continuando con el siguiente dominio de fondo en el ámbito de la empresa, el de responsabilidad, se hace necesario mencionar el término Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Éste, se trata de un concepto surgido por primera vez en la obra de Bowen (1953), titulada *Social Responsibilities of the Businessman*, que abogaba por el compromiso que toda empresa debe adquirir con sus grupos de interés en particular, y con la sociedad en general, debido al impacto que su actividad genera sobre ellos. Las empresas, desde un punto de vista estratégico, deberán identificar los posibles efectos negativos que su actividad ocasione sobre el entorno, y planificar una serie de medidas para minimizarlos o eliminarlos. Cabe destacar que se trata de un compromiso completamente voluntario. En consecuencia, se trata de un proceso win-win, es decir, hay dos ganadores, debido a que la aplicación de esas buenas prácticas, supone una mejora en la calidad de vida de los grupos de interés y en la protección del medioambiente, pero también implica un refuerzo a la imagen de la empresa y su reputación, que a la postre le

supondrá un mayor beneficio económico. En conclusión, la RSC supone un cambio de mentalidad que prioriza la generación de valor y bienestar a la sociedad, frente al objetivo clásico de maximizar el beneficio.

En tercer lugar, se presenta la sostenibilidad empresarial. Cualquier empresa emplea una gran cantidad de recursos, no sólo naturales, sino también sociales, económicos, humanos, etc. Pero todos estos recursos no son una fuente inagotable, por lo que requieren una adecuada gestión. De esta forma, las empresas que desean integrar la sostenibilidad en el ejercicio de su actividad profesional, deberán llevar a cabo una planificación estratégica para lograr administrar correctamente todos los recursos de los que dispone, y que puedan perdurar en el tiempo. Como se puede observar, existe una estrecha relación entre la RSC y la sostenibilidad empresarial, ya que ambas concilian en la idea de no limitarse a crear beneficio económico para la misma, sino que se preocupan también por el bienestar de los grupos de interés. No obstante, la sostenibilidad empresarial añade un importante matiz, como es la visión a largo plazo en su responsabilidad con el entorno.

En la actualidad, todas las empresas pueden conseguir gestionar sus impactos ante la sociedad (RSC), mantenerse en el tiempo (sostenibilidad) y ser un agente importante en la mejora de la calidad de vida de la sociedad (desarrollo sostenible). Para lograrlo, existen herramientas que permiten integrar y aplicar estos conceptos en su estructura corporativa, destacando la triple cuenta de resultados y la teoría de los grupos de interés, que a continuación se desarrollan:

- Triple Cuenta de Resultados:

Se trata de una herramienta de gestión empresarial creada por John Elkington en su trabajo *Cannibals with Forks* (1997), que permite realizar una evaluación de la sostenibilidad mediante tres cuentas de resultados. En la primera, se refleja el beneficio de la empresa, conforme a la teoría de Milton Friedman publicada en 1970 en el New York Times. En la segunda, se mide la responsabilidad social, es decir, aquellas tareas que promuevan la justicia y la ética social para los empleados, proveedores y resto de la comunidad a la que pertenece la empresa. Finalmente, la tercera cuenta de resultados, hace referencia a la gestión y atenuación de los impactos ambientales a sus actividades, de forma que el reciclaje, el uso de energías renovables o la ecoeficiencia, entre otros, formen parte del día a día en la actividad empresarial.

- La Teoría de los Grupos de Interés:

Esta teoría planteada por Freeman (1983) surge ante la problemática de fijación de los objetivos en la empresa. Conforme a la teoría clásica, el objetivo sería la maximización del beneficio, y normalmente correspondería su atribución a los accionistas. Sin embargo, este planteamiento sostiene que existen otros grupos en el entorno de la empresa, con objetivos propios, que debido a su estrecha relación con ella, se hace necesario vincularlos a los objetivos corporativos. A estos grupos denominados “de interés”, Freeman los distingue entre internos o externos. Los internos son los que forman parte de la empresa. Aquí, además de por los accionistas, se incluiría a directivos y empleados. Por otro lado, los externos son todos aquellos grupos que tienen algún tipo de relación con la empresa y entre los que destacan clientes, proveedores, administraciones públicas, entidades financieras y otras organizaciones sociales. Además, el fin último de cada empresa se identifica con la creación de valor, y son estos grupos de interés los encargados de percibir que la empresa genera ese valor. En conclusión, la importancia que adquieren los grupos de interés para las empresas supone que los objetivos corporativos estén ligados al bienestar de los mismos.

Por todo lo anteriormente expuesto, las Naciones Unidas no ha cesado en su afán por convertir el desarrollo sostenible en una realidad cada vez más presente, apoyándose tanto en organismos públicos y privados, como en el conjunto de la sociedad. En el próximo apartado se mostrará la principal herramienta por la que esta organización internacional ha apostado para conseguir, en un periodo de 15 años, que la creación de valor y la búsqueda del bienestar común sean el auténtico motor del crecimiento económico en el mundo.

2.3. Agenda 2030.

2.3.1. Concepto y Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el año 2000, la pobreza existente en muchos lugares del planeta preocupaba al conjunto mundial de la sociedad, por lo que los países miembros de las Naciones Unidas, reunidos en la Cumbre del Milenio 2000, actuaron en consecuencia y acordaron el establecimiento de un ambicioso compromiso global: la Declaración del Milenio.

Este acuerdo de cooperación internacional, focalizaba su atención en algunos de los problemas de justicia, igualdad y sostenibilidad existentes en el mundo y entendía la necesidad de crear una agenda común que permitiera reducir estos problemas. Sin embargo, esta agenda, conocida como Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), tan solo estuvo dirigida hacia los

países en desarrollo, y consideraba la economía como el único requisito para conseguir el desarrollo.

Llegado el año 2015, el periodo de vigencia de los ODM llegaba a su fin y era momento de establecer un nuevo rumbo. Terminaba, por tanto, una etapa que supuso los cimientos para que la mayoría de la población tuviese unas condiciones de vida digna e igualdad de oportunidades. Para Pons (2015), la conclusión más generalizada tras 15 años de trabajo fue que “se habían conseguido avances importantes en relación con los ODM y con el desarrollo, pero seguía habiendo importantes desfases y desigualdades”. Para Severino (2018), las herramientas para erradicar completamente la pobreza no debían ser sólo las transferencias, las asistencias sociales para el desarrollo o la ayuda privada, sino el crecimiento económico: “atacar el síntoma, y no el problema”; de modo que los esfuerzos de todos los países debían dirigirse a fomentar ese crecimiento económico.

En este contexto, del 25 al 27 de septiembre del 2015, se celebró en la Sede de las Naciones Unidas (Nueva York), la Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible, un evento que reunió a los y las líderes de los 193 países de las Naciones Unidas. Dicho evento, resultó un éxito, ya que a en él se aprobó por unanimidad, el documento “Transformando nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”, que entró en vigor 1 de enero de 2016.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en adelante Agenda 2030, es un plan de acción global a favor de cinco componentes, a los que Naciones Unidas llama “las 5 p’s”: personas, planeta, prosperidad mundial, participación colectiva y paz, cuyo objetivo va más allá de completar aquello que los ODM no lograron. Ya no se trataba de establecer objetivos para los países en desarrollo, sino para todos los países, puesto que ninguno escapaba de problemas sociales, ambientales, e incluso económicos.

La Agenda 2030 fue desarrollada en base a una serie de consultas nacionales que llegaron hasta las sociedades más vulnerables y, desde su adopción, es considerada como una oportunidad para mejorar la vida de todos los seres humanos del planeta sin excepción, o como reza su lema, “sin dejar a nadie atrás”.

Al adoptar la Agenda 2030, los países se comprometieron a movilizar los medios necesarios para su implementación, buscando la convergencia o consenso de todos para transformar el planeta, de forma cooperativa y solidaria, fomentando la unidad y la coherencia. Además, fue redactada en torno a los tres componentes de la sostenibilidad (social, ambiental y económico), y por lo que algunos de sus mayores desafíos son la erradicación de la pobreza, la lucha contra el cambio climático y la reducción de las desigualdades.

La ambición y el alcance de la Agenda 2030 adquieren mayor énfasis al analizar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que la conforman, junto con las 169 metas asociadas a los mismos. Todo ello implica un esfuerzo para las naciones, pero también una gran motivación para conseguir el beneficio global del desarrollo socioeconómico y lograr la plena defensa de los derechos humanos.

Figura 3. Tabla resumen de los ODS.



(Fuente: onu.org).

Los 17 ODS suponen una guía que proponen las Naciones Unidas para un cambio a escala mundial, y son:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos a todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas.
6. Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en y entre países.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.
15. Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Todos estos objetivos son igual de importantes, y conforman un sistema integrado, indivisible, de alcance mundial y de aplicación universal, que los países tendrán en consideración a la hora de tomar decisiones, tanto en el ámbito público como en el privado, y tratando que cualquier actuación abarque el mayor número de ODS posibles, sin perjudicar a ninguno. Es por ello que el cumplimiento de éstos, no sólo corresponde al gobierno central o autonómico, sino que también implica a la sociedad civil, las empresas privadas, sindicatos, universidades, etc. En consecuencia, como parte de su acuerdo, los 193 países firmantes, se comprometieron a la realización de un Examen Nacional Voluntario, en el que se presente un Plan de Acción que refleje las medidas tomadas y los instrumentos empleados para lograr los ODS en 2030. No obstante, la ONU es consciente de la realidad de cada país, así como de sus capacidades y niveles de desarrollo, por lo que los ODS no tienen carácter obligatorio en su cumplimiento.

Como se observa, la concienciación sobre la importancia del desarrollo sostenible es cada vez mayor en todo el mundo, y la implementación de los ODS en cualquier actividad, aunque no sea obligatoria, se torna cada vez más necesaria. El turismo, erigido como uno de los pilares fundamentales de la economía, ha debido adaptarse también a este nuevo cambio de

paradigma. En el próximo capítulo se mostrará la evolución experimentada por este sector para tratar de atender a cada una de las tres dimensiones de la sostenibilidad, y se profundizará en aquellos ODS que se ha considerado afectan más al desarrollo de sus actividades. Todo ello para, más tarde, contrastar, por medio del ejercicio aplicado, si dicha implementación está siendo realmente llevada a cabo.

3. EL TURISMO SOSTENIBLE.

La evolución que ha experimentado el turismo en las últimas décadas ha situado a este sector en el foco de la sostenibilidad, teniendo como resultado el turismo sostenible. A lo largo del capítulo se profundizará acerca de este término, indicando las ventajas que su práctica aporta a la economía, a la sociedad y al entorno en el medio y largo plazo. Se tratarán también cuáles son los impactos negativos derivados del turismo y se presentará la capacidad de carga turística como indicador de la sostenibilidad. Por otro lado, se identificarán aquellos ODS que tengan mayor incidencia sobre el turismo sostenible, con el objetivo de analizarlos en profundidad y poder establecer una serie de aspectos fundamentales que caractericen a cada uno de ellos, como paso previo al ejercicio aplicado que se presentará más adelante.

3.1. Concepto y capacidad de carga turística.

El camino hacia la sostenibilidad ha supuesto un cambio en la forma de afrontar toda actividad empresarial. Este cambio, como no podía ser menos, ha afectado también al turismo, un sector en constante crecimiento a escala mundial. La interacción entre el lugar de destino, los turistas y la población local generan una serie de impactos a nivel económico, social o ambiental, que alcanzaron su punto más álgido en la década de los 90, con el boom del turismo de masas.

Esta situación dio lugar a una mayor concienciación por parte de la sociedad respecto a la actividad turística. Por su parte, la OMT presentó en 1999 el “Código de ética mundial para el turismo”, un documento estratégico empleado como herramienta para la implementación de la RSC en las empresas turísticas. Por todo esto, el concepto de turismo sostenible fue cogiendo poco a poco mayor relevancia. No obstante, este término fue empleado por primera vez 1991, en la celebración del 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo.

El concepto de turismo sostenible fue definido por la OMT (1998), como “aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro, concibiéndose como una forma de gestión

de los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas a la vez que se conservan la integridad, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida.” Dicha definición se enmarca en la conceptualización de sostenibilidad del Informe Brundtland, extendiendo así su dominio al ámbito social (en los términos referidos en el capítulo 2), por lo que el turismo sostenible se encuentra supeditado a los tres componentes de la sostenibilidad. A continuación, se muestra la relación con cada uno de ellos:

- Económico: Un destino turístico supone en sí mismo un producto. Por tanto, se hace necesario mantener este producto rentable y viable en el tiempo, de forma que el conjunto de stakeholders que dependen de él sigan pudiendo desarrollarse. De esta forma se conseguirá un crecimiento económico bien distribuido para toda la comunidad, que se verá reflejado en una mayor oportunidad de empleo estable y una disminución de la pobreza.
- Ambiental: Se hace fundamental el fomento de la conservación y cuidado de los recursos naturales, el mantenimiento de los procesos ecológicos y la preservación de la diversidad biológica. El riesgo de deteriorar el encanto que desprenda el destino turístico, o que éste llegue a sufrir daños ambientales irreversibles, hace que tanto población local, como turistas, adquieran una actitud de responsabilidad con el entorno.
- Social: Por un lado, el turismo supone uno de los sectores más idóneos para impulsar la inclusión social en cuanto a género, edad, cultura, religión o profesión se refiere, siendo también el escenario propicio para luchar en favor de unas condiciones de trabajo dignas. Por otro lado, el conocimiento previo y respeto por los usos y costumbres del lugar a visitar, dota a la experiencia de mayor valor. Bajo este pretexto, la convivencia entre la población local y visitante supondrá un enriquecimiento personal para ambas y contribuirá al entendimiento y la tolerancia intercultural. Además, permitirá, por un lado, que el turista guarde un grato recuerdo que le lleve a volver o a recomendarle el viaje a conocidos, y por otro, mantener una actitud proclive a la recepción de nuevos visitantes por parte de la población local.

Para Cardoso (2006), la multilateralidad que presenta el modelo del turismo sostenible buscando el desarrollo económico, la potenciación sociocultural y la preservación del entorno, conlleva una responsabilidad ética y de conducta a la población local y al turista, pero también a los empresarios y a las administraciones públicas. De esta forma, debe existir una conjunción

de acciones positivas por parte de todos los actores involucrados, para, a su vez, poder satisfacer los intereses particulares de cada uno de ellos.

Conforme a lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que el turismo sostenible aboga por el equilibrio entre la maximización de los recursos económicos, sociales y naturales, sin comprometer el grado de satisfacción de los visitantes, ni perjudicar a la población local y el medioambiente. Sin embargo, tal y como indica Sancho (1998), este sector presenta un déficit de indicadores que adviertan, de manera preventiva, que ciertas acciones o situaciones van a sobrepasar los límites del desarrollo sostenible. No obstante, y a pesar de esa limitación en cuanto a previsión, existen ciertas herramientas que resultan muy útiles para una planificación y gestión del turismo orientada hacia la sostenibilidad, como es la capacidad de carga turística. Este término hace referencia al umbral o límite a partir del cual se produce saturación. Según Quintero (2004), existen diferentes tipos de capacidad de carga, dependiendo del componente de la actividad turística que se vea afectado:

- Capacidad de carga física: Afecta a la infraestructura y a las instalaciones del destino turístico.
- Capacidad de carga social: Determinado por el malestar que experimenta la población local por el exceso de turistas.
- Capacidad de carga psicológica: Establecido por el umbral de bienestar del visitante.
- Capacidad de carga ambiental: Responde a la medida en que se degrada el medio ambiente a causa de la actividad turística.

La aplicación de la capacidad de carga como indicador del turismo sostenible, posee multitud de partidarios, pero también algunos detractores. Por un lado, autores como Vera (1997) indican que esta herramienta es la más apropiada para conocer el comienzo de la congestión turística. Marchena (1999) también lo considera ideal para eludir problemas de degradación del lugar de destino. Sin embargo, en el lado opuesto, Garrigós (2004) o Alipour (2007) critican la subjetividad del método o el hecho de que una mala gestión pueda afectar negativamente al turismo en el destino.

En cualquier caso, el objetivo final de la capacidad de carga consiste en mantener un estado de equilibrio que garantice las bases del turismo sostenible. Y para lograrlo, se hace necesaria una adecuada gestión de los responsables de los lugares turísticos, de forma que se identifiquen las áreas conflictivas, para facilitar la tarea de evitar o subsanar los problemas relativos a esta capacidad de carga turística.

3.2. Análisis de los ODS implicados en el Turismo Sostenible.

Como se ha comentado en apartados anteriores, el turismo es una actividad socioeconómica multidisciplinar, que opera en escenarios muy variados y tiene un importante impacto sobre multitud de sectores. Este motivo, unido a la transversalidad que caracteriza a la Agenda 2030, permite configurar una idea de lo complejo que puede resultar determinar aquellos ODS que presentan mayor implicación con la actividad turística. No obstante, se ha seguido la línea marcada por el artículo publicado por Ostelea (2017) denominado “Las empresas turísticas españolas frente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Un reporte sobre género y alianzas”, en el que se seleccionan los ODS 5, 8 y 17, basándose en el carácter inclusivo y cooperativo del turismo sostenible para lograr un desarrollo económico. En consecuencia, en este trabajo fin de grado se procede a analizar minuciosamente estos tres ODS en el contexto del sector turístico:

- **ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.**



Los últimos datos demográficos recogidos sobre porcentaje de hombres y mujeres en el mundo establecen que prácticamente la mitad de la población mundial son hombres (50,5%), y la otra mitad, mujeres (49,5%). Por tanto, es posible afirmar que las mujeres conforman la mitad del potencial económico y social del mundo. Desafortunadamente, la realidad es otra. El género femenino encuentra constantes trabas desde el comienzo de su vida por el mero hecho de ser mujer. Esta lucha por la igualdad, ya se trató en el Objetivo 3 de los ODM, gracias al cual se consiguieron importantes avances en cuanto a los derechos de las mujeres. Pero no se lograron los suficientes como para proclamar una completa igualdad respecto a los hombres.

En algunos lugares del mundo, desde muy pronta edad, las niñas no disponen de una atención sanitaria de calidad o una alimentación adecuada, lo cual merma sus posibilidades para salir adelante y aumenta su tasa de mortalidad. Del mismo modo, en estos lugares, siguen existiendo impedimentos para que estas niñas tengan acceso a una educación y una formación académica básica. Entre ellos, destaca el matrimonio infantil, que afectó a una de cada cinco

mujeres, actualmente entre los 20 y 24 años, cuando todavía eran menores de 18 años, según el Informe de los ODS (2020) presentado por Naciones Unidas.

Afortunadamente, la vulnerabilidad del género femenino se ha visto reducida en la última década, consiguiendo que la mutilación genital femenina disminuya en un 30% desde entonces. Pese a esta nota positiva, aún queda mucho trabajo, puesto que llegado el año 2020, existen todavía 49 países en los que no se dictan leyes que amparen a las mujeres sobre violencia doméstica. Estos dos aspectos, la erradicación total de la explotación sexual y la violencia de género, suponen los obstáculos más difíciles de superar en un futuro a corto plazo.

Por otro lado, la desigualdad entre hombres y mujeres también sigue estando presente en todo el mundo, tanto en el ámbito profesional como en el hogar. En el primer caso, existen claras brechas salariales entre ambos géneros, así como dificultad para acceder a altos cargos de liderazgo. En el caso de los trabajos no remunerados, como las tareas domésticas o el cuidado de familiares vulnerables, siguen existiendo estereotipos sobre las que hay que incidir para lograr el cambio.

Centrándonos en el turismo, estudios recientes, como el elaborado en 2019 por la OMT en colaboración con ONU Mujeres y la Sociedad Alemana de Cooperación Internacional (GIZ), sitúan a este sector como uno de los principales impulsores de la igualdad entre hombres y mujeres. En primer lugar, el porcentaje de empleabilidad es mayor para el género femenino, con 54% para las mujeres, en contraposición al 39% que supone este género en el total de los sectores económicos. También la brecha salarial, aunque existente, es menor en este sector, conformando un 14,7% la diferencia de salario entre hombres y mujeres, frente al 16,8% de media en el total de sectores económicos. Por último, respecto a la ocupación de cargos de gran responsabilidad, el sector turístico también se encuentra entre los más avanzados. Tomando como ejemplo la dirección del Ministerio de Turismo en los diferentes países, dicho estudio revela que en el 23% de los casos, este cargo está ocupado por mujeres, frente al 20% del total de los ministerios, según Europa Press.

De esta manera, se destacan tres aspectos fundamentales a tener en cuenta respecto al Objetivo 5 para la realización del ejercicio aplicado:

- La igualdad de oportunidades.
- Conciliación de la vida laboral y personal.
- Respeto por la dignidad e integridad de las mujeres.

- **ODS 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.**



Este objetivo se encuentra estrechamente relacionado con el ODS 1, que tiene como fin erradicar la pobreza, siendo una de sus medidas generar empleos estables y bien remunerados.

Actualmente, el Banco Mundial establece el umbral de pobreza extrema en 1´90 dólares estadounidenses al día, esto es, el nivel mínimo de ingresos de una persona para satisfacer sus necesidades más básicas (vivienda y saneamiento de ésta, alimentación diaria, sanidad, educación o electricidad). En la actualidad, alrededor de 3.400 millones de personas, es decir, casi la mitad de la población mundial tiene graves dificultades para cubrir esas necesidades básicas.

En un contexto mundial de crecimiento económico lento y desigual, las cifras de desempleo actuales, que se encuentran en tendencia decreciente desde 2009, muestran que el 5´3% de la población mundial no dispone de un puesto de trabajo. No obstante, tener empleo no implica necesariamente evitar la pobreza. Según la Agencia de la ONU para los Refugiados, en 2016 casi el 10% de las personas que vivían bajo el umbral de pobreza, eran trabajadores. El problema radica en la calidad de esos trabajos. Todavía en nuestros días, en torno a 40´3 millones de personas (en su mayoría mujeres, niños y niñas), se encuentran sometidas a la llamada esclavitud moderna, que comprende actividades bajo condiciones infrahumanas como el trabajo forzoso, la explotación sexual o el matrimonio infantil y forzado. Por su parte, en las sociedades democráticas destaca la precariedad laboral, con unos contratos de trabajo con unos salarios escasos y que en muchas ocasiones no reflejan fielmente las horas realmente trabajadas, generando en los trabajadores falta de garantías y una constante sensación de inseguridad de cara a un futuro que se antoja incierto.

Es por todo lo anteriormente citado, que el ODS 8 ya no sólo se centra en la creación de empleo, sino también en que éste sea digno. Por supuesto que, para erradicar la pobreza y alcanzar una globalización justa, es indispensable continuar con ese decrecimiento de la tasa de desempleo mundial. Pero también lo es que se garantice el trabajo decente, el cual ya no limita

la relación empresario-empleado únicamente al pago de un salario por la realización trabajo, sino que de ella se esperan cuatro objetivos estratégicos:

- Los derechos en el trabajo.
- Las oportunidades de empleo.
- La protección social.
- El diálogo social.

Orientando el ODS 8 directamente hacia el turismo, se trata de uno de los sectores más dinámicos y con mayor crecimiento a nivel mundial. De hecho, según la OIT en su publicación *“Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable”*, uno de cada once puestos de trabajo en el mundo están implicados con el turismo, destacando a España como uno de los países en los que este sector genera mayor empleo. Además, gracias a su cada vez mayor diversificación, ofrece oportunidades muy atractivas para jóvenes y mujeres, colectivos que, por lo general, se encuentran más maltratados en otros sectores en cuanto a calidad y condiciones laborales se refiere. Otra de las ventajas del turismo como potenciador del ODS 8 es la inclusión social, ya que promueve los lazos entre personas de diversos orígenes, fomentando valores comunes. También permite conocer el patrimonio cultural, familiarizarte con las costumbres y tradiciones de los lugares de destino.

En contraposición, es importante decir que una de las características del turismo es la estacionalidad y empleo temporal o a tiempo parcial y, al igual que ocurre en otros sectores, los empleados que presentan baja cualificación son los grandes perjudicados, al ocupar los puestos más vulnerables y con peores condiciones de trabajo. Son algunos de estos puestos de trabajo los que destacan con una elevada rotación del personal, bajos salarios o jornadas de trabajo prolongadas.

Los tres aspectos fundamentales que destacan en el Objetivo 8 para la realización del estudio aplicado son:

- Fomento del empleo digno.
- Protección y garantía laboral.
- Adecuadas condiciones laborales.

➤ **ODS 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.**



Al hablar de los problemas relacionados con el desarrollo sostenible, como puede ser la contaminación, el cambio climático o las desigualdades, se hace refiriéndose al mundo en términos de globalización, sin tener en cuenta fronteras. No obstante, el mundo se distribuye por países, y cada uno de ellos debe asumir sus responsabilidades, partiendo del hecho de que son responsabilidades compartidas, pero diferenciadas. Por este motivo, para lograr los ODS, principalmente en los países en desarrollo, se hace necesaria afianzar una red de cooperación y ayuda mutua, de forma que cada uno de los agentes implicados, es decir, instituciones gubernamentales, sector privado y sociedad civil, compartan sus conocimientos, capacidades técnicas y tecnológicas, y recursos financieros. Un ejemplo sería la propuesta de algunos países de destinar un 0,7% del PIB para financiación o alivio de la deuda de los países más empobrecidos, así como permitirles el acceso a nuevas tecnologías o mejorar sus infraestructuras con el fin de ayudarles a crecer.

Dirigir a la sociedad por la vía de la sostenibilidad consiste en una acción que debe ser coordinada internamente por la propia sociedad. Aunar esfuerzos y estrechar lazos debe lograrse en cada uno de los barrios, para después ir escalando niveles hasta abarcar la totalidad de los países, es decir, ir de lo local a lo global. De esta manera, se podrá comprender cuáles son los problemas a los que se enfrenta el mundo, pudiéndose generar y fomentar adecuadamente las alianzas estratégicas entre los sectores privado y público, o bien, entre empresas privadas. Integrar los ODS en la estructura y misión de cada una de las empresas se traducirá en beneficios para la propia empresa, en un aumento sano de la competitividad en el sector en el que opere, en crear una sociedad más justa e igualitaria. Actualmente, el mundo necesita empresas que adquieran el rol de agentes de cambio, que promuevan el consumo responsable y que apuesten por la innovación en sostenibilidad. Para ello deben sentirse apoyados por las instituciones gubernamentales y por una sociedad cada vez más concienciada, haciendo efectiva y dando sentido a la Alianza para el Desarrollo Sostenible.

El turismo es uno de los sectores donde más visibilidad se puede dar a este cambio de mentalidad. Un sector turístico responsable y proactivo, conseguirá que operadores, hostelería, administración pública, población local e incluso turistas, se impliquen para alcanzar un alto grado de sostenibilidad. Se trata de promover iniciativas como la de Koan Consulting y la Diputación Provincial de Teruel, que desde 2019 trabajan conjuntamente para convertir a esta provincia en un destino sostenible de referencia. Para ello se ha implementado un plan de formación para empresas locales, ONG's y administraciones públicas, en el que los ODS se integren en la realidad de las empresas y así lograr un crecimiento económico sostenido y combatir el problema de la despoblación que tanto afecta a esta región de España.

De esta forma, los tres aspectos fundamentales a considerar tras conocer más en profundidad el ODS 17 son:

- Estrategias para desarrollar alianzas.
- Colaboración entre grupos de interés.
- Facilitar herramientas para la cooperación e impulsar iniciativas.

En conclusión, la sostenibilidad aplicada al turismo supone un modelo cuya repercusión es cada vez mayor en el conjunto de la sociedad. A pesar de ser ya considerado como una realidad, lo cierto es que al turismo sostenible aún le queda mucho camino por recorrer para superar los desafíos marcados por la Agenda 2030. Por medio del estudio de cada uno de los tres ODS seleccionados, se han planteado una serie de aspectos de carácter imprescindible que toda empresa perteneciente a este sector debería aplicar en su actividad profesional. En el siguiente capítulo se analizará, a través del ejercicio aplicado, si el grado de compromiso de la actividad turística en la zona del Mar Menor con el desarrollo sostenible es el adecuado.

4. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS ODS EN EL CONTEXTO TURÍSTICO DEL MAR MENOR.

4.1. Metodología empleada.

Para este trabajo de fin de grado la metodología que se llevó a cabo fue de tipo cualitativa, por medio de una encuesta online, durante un periodo comprendido entre el 15 de octubre de 2020 y el 15 de noviembre de 2020.

Con el objetivo de analizar el grado en el que el sector turístico de la zona del Mar Menor implementaba los ODS en sus actividades corporativas, la encuesta fue enviada a diferentes empresas de toda la cadena de valor turística que estuvieran ubicadas en esta zona costera de la Región de Murcia. La plataforma utilizada para realizarla fue Google Drive por lo sencillo que resultaba la edición y el formato de las preguntas y respuestas, así como por su facilidad de

difusión. En total, se distribuyeron 85 solicitudes de realización de la encuesta, enviando el enlace que redirigía a la plataforma, ya fuera a través de correos electrónicos o por mensajes por la aplicación móvil WhatsApp a los datos de contacto reflejados en cada una de las páginas web corporativas. El criterio adoptado para escoger a las empresas era que se trataran de micro, pequeñas y medianas empresas, debido a que representan una mayoría respecto al total de negocios de este sector. De esta forma, los subsectores objeto de la encuesta fueron los siguientes:

- Hostelería: Integrado por empresas que destinan su actividad a ofrecer alojamiento a los turistas. Es el caso de hoteles y pensiones, apartamentos turísticos y campings.
- Restauración: Empresas dedicadas a la alimentación y gastronomía. Tales como restaurantes, bares, cafeterías y heladerías.
- Transporte: Empresas cuya actividad se centra en el transporte de turistas, ya sea por medios terrestres, aéreos o marítimos. Está referido a agencias de viajes y tour operadores. También se han considerado en este subsector a empresas dedicadas al alquiler de vehículos.
- Empresas de turismo activo: Engloba a aquellas empresas dedicadas al ocio y esparcimiento, así como el conocimiento de la naturaleza del lugar. Conforman este subsector las empresas de multiaventura, paintball, karting y boleras, entre otras muchas.

Como se ha mencionado anteriormente, se realizaron un total de 85 envíos, de los cuales se obtuvieron 41 respuestas registradas, lo que supone una tasa de respuesta del 48,23%. El cuestionario constaba de 24 preguntas, divididas en cuatro bloques diferenciados. El primer bloque, formulaba dos preguntas de aspectos generales, como toma de contacto, y con el objetivo de captar el interés del encuestado. Los otros tres bloques, por su parte, correspondían a cada uno de los tres ODS objeto de análisis. El estilo de las cuestiones fue el del tipo pregunta con opción múltiple y respuesta simple, con la intención de que el receptor no tuviera que redactar y evitar que abandonara la encuesta sin finalizarla. En el anexo 1 se puede observar una descripción más detallada del cuestionario.

En el siguiente apartado, se procederá a exponer y analizar los datos recogidos por la encuesta, y se dará una interpretación a los resultados.

4.2. Análisis de los datos recogidos.

Además de crear un marco analítico mediante la recogida de información y su posterior estudio, la encuesta llevada a cabo tenía la doble finalidad de despertar el interés sobre la

importancia que tiene el desarrollo sostenible. De esta forma, influir y concienciar a los empresarios del sector turístico sobre lo crucial que resulta implementar los ODS dentro de sus actividades corporativas, se convirtió en un valor añadido personal en la realización de este trabajo fin de grado.

Comenzando por el bloque del cuestionario sobre aspectos generales, se puede afirmar que la encuesta realizada se trató, en algunos casos, de una primera toma de contacto de los encuestados con los ODS, puesto que el 31,7% no conocían qué eran los ODS de la Agenda 2030.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Recordar nuevamente que el conocimiento y la aplicación de los ODS no son de obligado cumplimiento para las empresas, aunque sí debe existir un compromiso por parte de los estados miembros de la ONU para su implementación, por lo que no resultaría extraño que en algunos negocios, principalmente los de estructura más familiar o los relativos a micro y pequeñas empresas, se lleven ya a cabo buenas prácticas en los planos económico, social y ambiental, sin el conocimiento real de estar aplicando los ODS. Este hecho lleva a la segunda pregunta del cuestionario, en la que directamente se cuestionaba al empresario si cumplía con los ODS. Los resultados obtenidos mostraban que un 35% de la población encuestada afirmaba cumplirlo en parte. Pero lo realmente destacable en esta pregunta fueron los porcentajes que suponían los extremos: Por un lado, el 55% contestó no cumplirlos, lo cual vuelve a llevar al interrogante de si realmente no los cumplen a conciencia o si los están cumpliendo inconscientemente. Por otro lado, el 10% de los encuestados, afirmaron cumplirlos completamente, pudiendo tratarse de empresas propias de un subsector más meticuloso en cuanto al cumplimiento de las recomendaciones de los organismos internacionales, como puede ser el hostelero o el de la restauración.

2) ¿Considera que su empresa cumple con los ODS de la Agenda 2030?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Análisis de los ODS 5 y ODS 8:

Continuando ya con el bloque del cuestionario que abarcaba aspectos relacionados con el ODS 5, se preguntó acerca del porcentaje de hombres y mujeres dentro de las empresas. Los resultados obtenidos fueron similares dentro de las 5 opciones propuestas, destacando el resultado del 26,8%, en aquellos casos en los que las mujeres suponían 60-40% frente a un 40-60% de hombres; y también en el que el 24,4% disponían que las mujeres conformaban el 80-60% frente al 20-40% de los hombres. Es destacable mencionar que estos datos concuerdan con la información investigada en los antecedentes, ya que estudios como el de Ostelea (2017) indican que el sector turístico es uno de los que mayor empleabilidad da al género femenino.

3) Porcentaje de hombres y mujeres en su empresa.

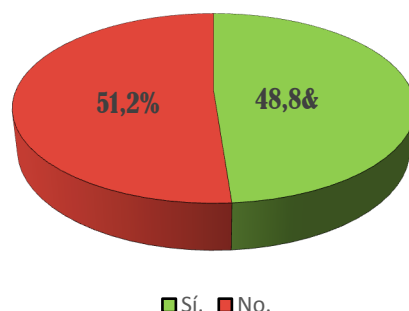


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Siguiendo en la misma línea, se preguntó si en la contratación de nuevos empleados, existía una política de acción positiva hacia las mujeres. En este caso, prácticamente hubo igualdad en las respuestas, con un 51,2% de la población encuestada que negaba que en su

empresa sí existiera esa preferencia por contratar personal de género femenino, frente al 48,8% que confirmaba dicho interés.

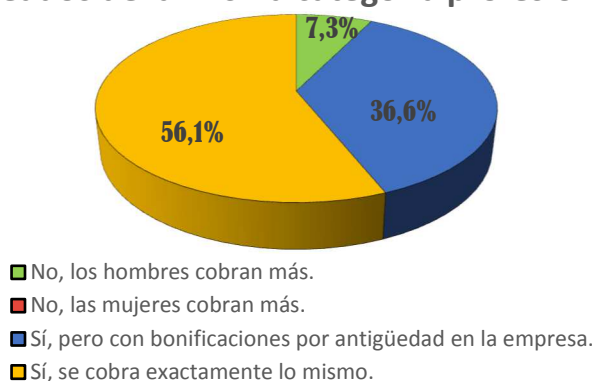
4) En la contratación de nuevos empleados, ¿se practica en su empresa una política de acción positiva hacia la contratación de mujeres.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

A la pregunta de si existía igualdad salarial entre los empleados de la misma categoría profesional, el 56,1% afirmó que sí, mientras que un 36,6% matizaba que se percibían ciertas bonificaciones por motivos de antigüedad en la empresa. Sólo el 7,3% de los casos, indicó que en sus negocios, los hombres cobraban más que las mujeres, mientras que no se produjo ningún voto en sentido inverso. Esta desigualdad salarial a favor del hombre, aunque se trate de un porcentaje reducido, es algo por lo que lucha el ODS 5 y que debe tender a desaparecer.

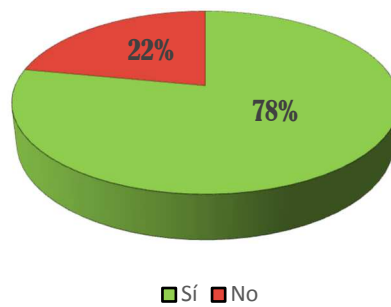
5) ¿Existe en su empresa igualdad en los salarios para empleados de la misma categoría profesional?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Se preguntó sobre la posibilidad de flexibilizar la jornada laboral en favor de la conciliación de la vida familiar. En este caso los resultados fueron muy positivos, con un 78% de casos en los que sí que se permitía la flexibilidad.

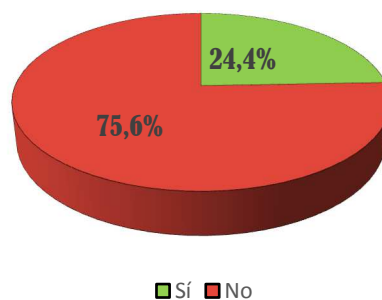
6) ¿Existe en su empresa la posibilidad de flexibilizar el horario de jornada laboral para conciliar la vida familiar?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

No tan favorable fue la pregunta sobre la posibilidad de practicar el teletrabajo en circunstancias excepcionales, ya que el 75,6% de las empresas encuestadas no lo permitía, frente a un 24,4% que sí. Cabe destacar que los datos obtenidos en estas dos últimas preguntas son, en cierto modo, comprensibles, dada la naturaleza de las actividades de sector turístico, que se caracteriza por la interacción física con los clientes. Así, un empleado de restauración, por ejemplo, no puede teletrabajar porque su lugar de trabajo es el restaurante, teniendo, además, un horario con poca o ninguna flexibilidad porque su actividad se ve limitada a las comidas y las cenas. En cambio, un empleado de una agencia de viajes, alquiler de vehículos o los puestos administrativos de un hotel, sí que tendrán mayor capacidad para flexibilizar su horario de entrada y salida o teletrabajar de forma online desde casa.

7) ¿Existe en su empresa la posibilidad de practicar el teletrabajo cuando existan circunstancias excepcionales?



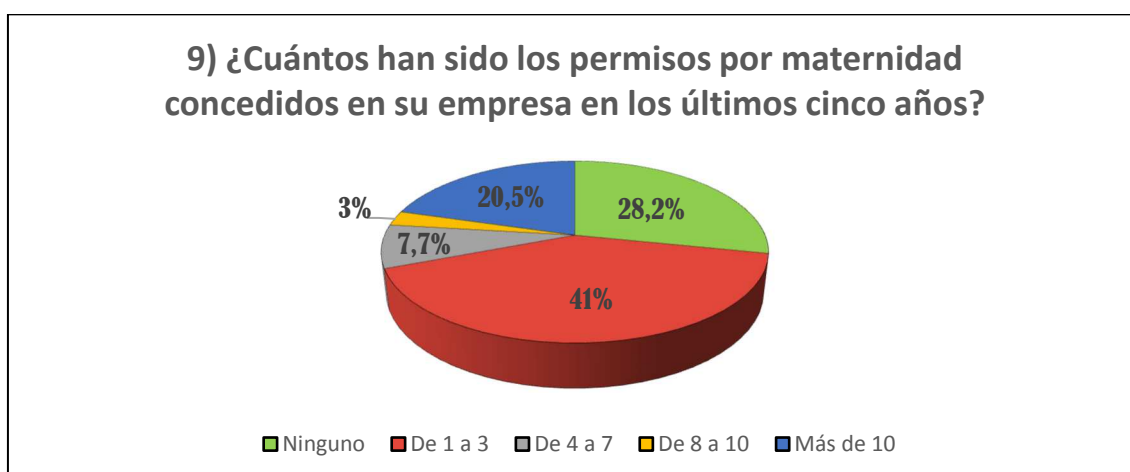
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Las siguientes dos cuestiones estaban estrechamente relacionadas, puesto que se preguntaba acerca del número de paternidades y maternidades en la empresa en los últimos cinco años. Curiosamente, los datos arrojan cierta similitud, debido a que el 25,6% y el 28,2% de

los casos, respectivamente, informó no haber necesitado conceder estos tipos de permiso. Por otro lado, el 35,9% indicó haber concedido de 1 a 3 permisos por paternidad, frente a un 41% en el mismo número de maternidades. Destacó también los casos en los que se produjeron más de 10 paternidades o maternidades, con idéntico resultado del 20,5% para ambos casos.



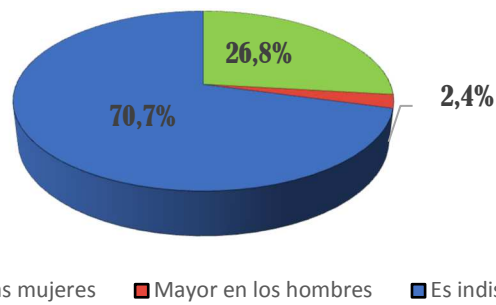
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Para terminar con el presente bloque, se preguntó si existía diferencia en cuanto a género a la hora de ausentarse justificadamente del puesto de trabajo. En este caso, una mayoría del 70,7% indicaba ser indistinto entre hombres y mujeres; mientras que otro 26,8% afirmaba que las mujeres tienen un mayor número de ausencias justificadas.

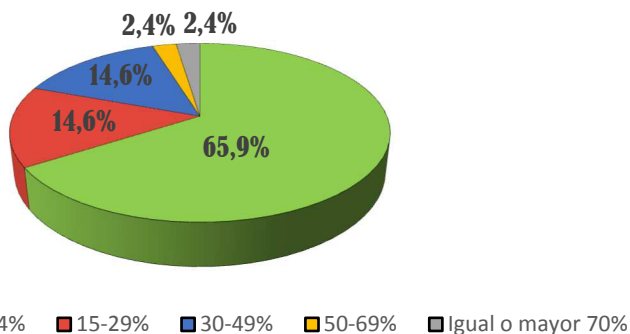
10) Considera que las ausencias justificadas al puesto de trabajo son:



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

El bloque del ODS 8 también aborda cuestiones relativas a trabajo decente y crecimiento económico. Cabe recordar, que estudios previos afirmaban la precariedad laboral existente en el sector turístico, con un alto índice de rotación y bajo nivel salarial y de expectativas de crecimiento laboral, y en este sentido se formularon las preguntas para la encuesta. En cuanto al índice de rotación, el 65,9% de la población encuestada manifestó haber tenido una rotación inferior al 14% en el último año, lo cual resulta bastante alentador para el sector. Por otro lado, el 14,6% indicó tener una rotación de personal entre el 15% y el 29%, mismo porcentaje que el obtenido para la rotación comprendida entre el 30 y el 49%.

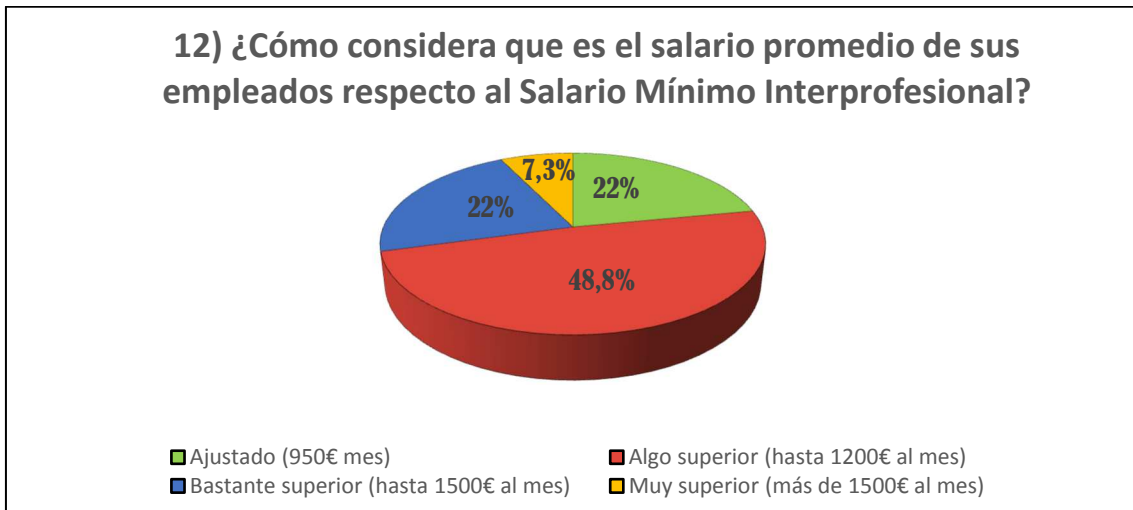
11) Valore el índice de rotación de personal en su empresa durante el periodo de un año.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

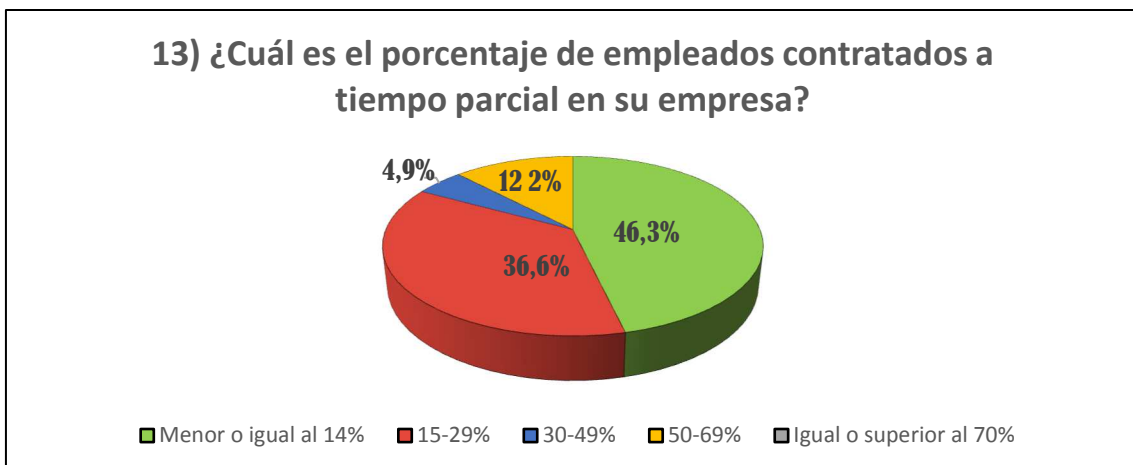
Cuando se preguntó por el salario promedio de sus empleados respecto al Salario Mínimo Interprofesional (SMI), fijado en 950€ desde el año 2020, un 22% de los encuestados declaró ajustar el salario de sus empleados al SMI. No obstante, el porcentaje predominante, con un 48,8%, fue el que indicaba un salario promedio algo superior al SMI, alcanzando los 1200€

mensuales. Por otro lado, el 22% afirmó alcanzar los 1500€ de promedio, mientras que sólo el 7,3% manifestaba superar esa cantidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

A la pregunta del porcentaje total de empleados a tiempo parcial en la empresa, un 46,3% declaró tener un 14% o menos de contratados a tiempo parcial. Mientras que el 36,6% de los encuestados afirmó tener prácticamente un tercio de su plantilla bajo este tipo de contrato. Finalmente, el 12,2% de los empleados indicaron que más de la mitad de su plantilla estaba contratada a tiempo parcial.

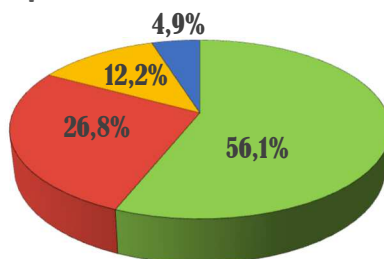


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Continuando con la sobrecarga de horas a la que se pueden ver sometidos los empleados, el 56,1% afirmó ajustarse completamente a los horarios establecidos, mientras que un 26,8% aseguró que el exceso de horas podía ser de 1 ó 2 por semana. Por su parte, el 12,2% manifestó una sobrecarga de 4 a 6 horas semanales. Por último, el 4,9% declaraba excederse en

más de 6 horas semanales respecto al horario estipulado por contrato, algo considerable, puesto que supondría alrededor de 1 hora más al día.

14) La sobrecarga de horas que sufren sus empleados, respecto a las que se encuentran contratadas, es de:

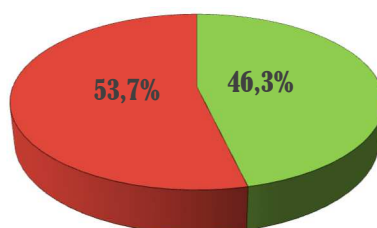


- No existe sobrecarga, se ajusta completamente al horario.
- 1-2 horas a la semana
- 2-4 horas a la semana
- 4-6 horas a la semana
- Más de 6 horas a la semana

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Otro de los aspectos que se quiso evaluar era la trayectoria profesional que puede proyectar un empleado del sector turístico en su empresa. Algo más de la mitad de los encuestados, el 53,7%, afirmó tener un plan de promoción dentro de su empresa.

15) ¿Existe un plan de promoción dentro de su empresa?



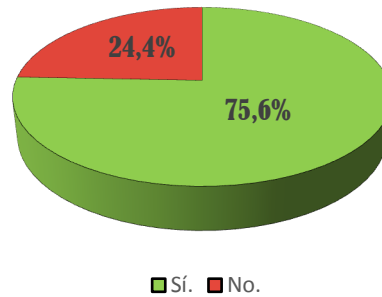
- Sí.
- No.

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

También muy favorable fue el hecho de permitir llevar a cabo cursos o actividades de formación para un mejor desempeño de las tareas de la empresa, donde un 75,6% de los empresarios dijo gestionar o dar facilidades para la formación de sus empleados. A pesar de ser unos datos bastante buenos, cabe destacar que podía existir cierta discordancia con el

porcentaje tan alto de contratados a tiempo parcial, por lo que resultaría interesante conocer en qué consisten dichos planes de promoción, así como los cursos de formación.

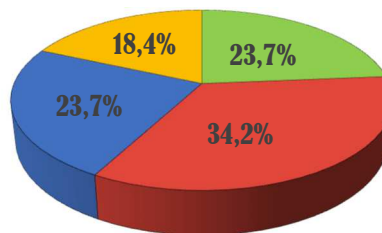
16) ¿Gestiona o da facilidad a sus empleados para llevar a cabo cursos o actividades de formación que permitan un mejor desempeño de sus funciones dentro de la empresa?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

En cuanto a la contratación de personal, se preguntó en qué basan su elección para contratar nuevos empleados. En este caso hubo un reparto bastante equitativo entre las opciones propuestas, destacando, con un 34,2%, la entrevista informal a los candidatos, con una demostración de sus habilidades y capacidades profesionales. Además, el 23,7% indicó tener un departamento de Recursos Humanos encargado de las contrataciones. También el 23,7% contrataba a conocidos o recomendados, mientras que el 18,4% afirmó utilizar otros métodos.

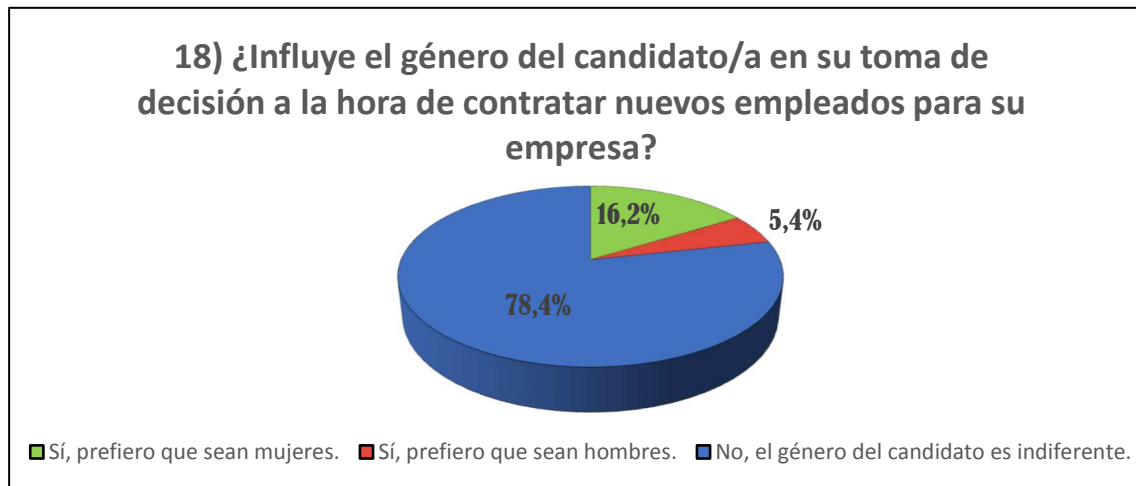
17) ¿En qué basa su elección a la hora de contratar nuevos empleados?



- Dispongo de un Departamento Recursos Humanos, que toma esa decisión.
- Entrevista informal y demostración habilidades.
- Contrato a conocidos o recomendados que necesitan trabajo.
- Otros.

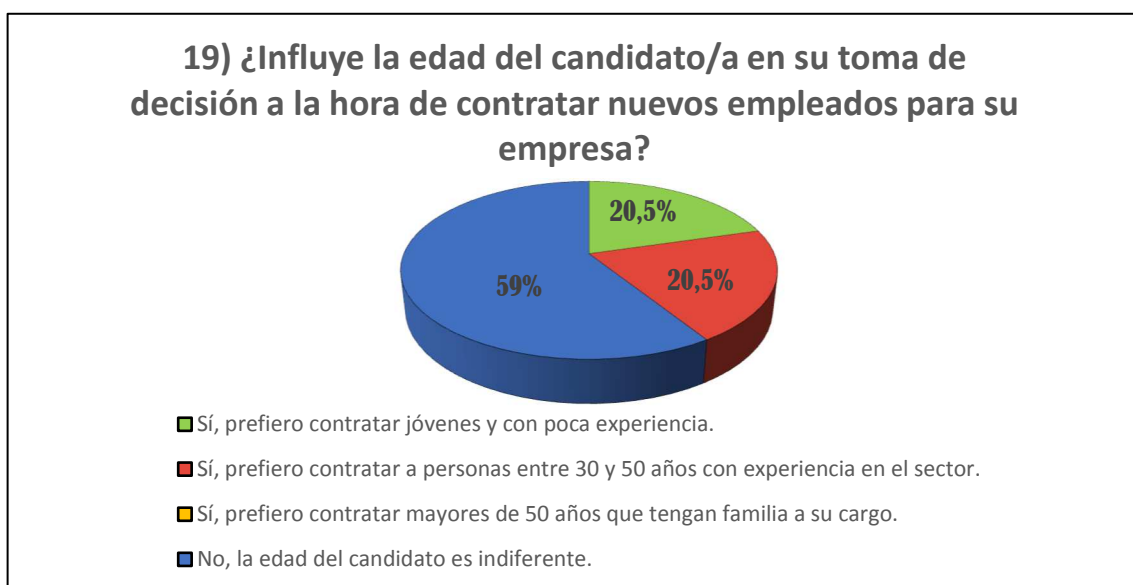
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Volviendo a las cuestiones de género vistas en la sección anterior, se preguntó si el género del candidato influía en la toma de decisión de la contratación. El 78,4% de la población encuestada aseguró que el género del candidato resultaba indiferente en la contratación, lo que sí concuerda algo más con la pregunta sobre contratación positiva hacia las mujeres, que fue del 48,8%, y con la del porcentaje de hombres y mujeres que conformaban la plantilla.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

La preferencia por la edad de los candidatos también resultó ser indiferente en su mayoría, con un 59% sobre el total. Mientras el 20,5% priorizaba contratar jóvenes y con poca experiencia, lo cual resulta positivo desde el punto de vista inclusivo. El mismo porcentaje se obtuvo en la preferencia por personas entre 30 y 50 años con experiencia en el sector. Por último, hay que destacar que en ningún caso hubo preferencia en la elección por la opción que abogaba por la contratación de mayores de 50 años con familia a su cargo.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

En el estudio realizado en el capítulo 3, se destacaban una serie de aspectos fundamentales para los ODS 5 y ODS 8. Entre ellos se trataba la igualdad de oportunidades, la conciliación laboral y personal, la dignidad en el puesto de trabajo o la protección y garantía laboral; por lo que, en base a los resultados obtenidos de la muestra, es posible afirmar que:

- Respecto a la igualdad de oportunidades, el turismo se presenta como un sector donde predomina la empleabilidad del género femenino y no se discrimina por género ni por edad en el proceso de contratación.
- La conciliación de la vida familiar y laboral es tenida en cuenta a la hora de permitir flexibilizar horarios o para facilitar la concesión de permisos de paternidad o maternidad. Las posibilidades de practicar el teletrabajo son escasas.
- Se asegura el fomento de un empleo digno al ofrecer salarios que, por lo general, son bastante superiores al SMI.
- En cuanto a la protección y garantía en el puesto de trabajo, se observa cierta tendencia a sobrepasar las horas de trabajo establecidas por contrato. Además, las empresas se interesan por la formación de sus empleados, pero no tienen en cuenta un plan de promoción. La rotación de personal se encuentra dentro de unos niveles normales.

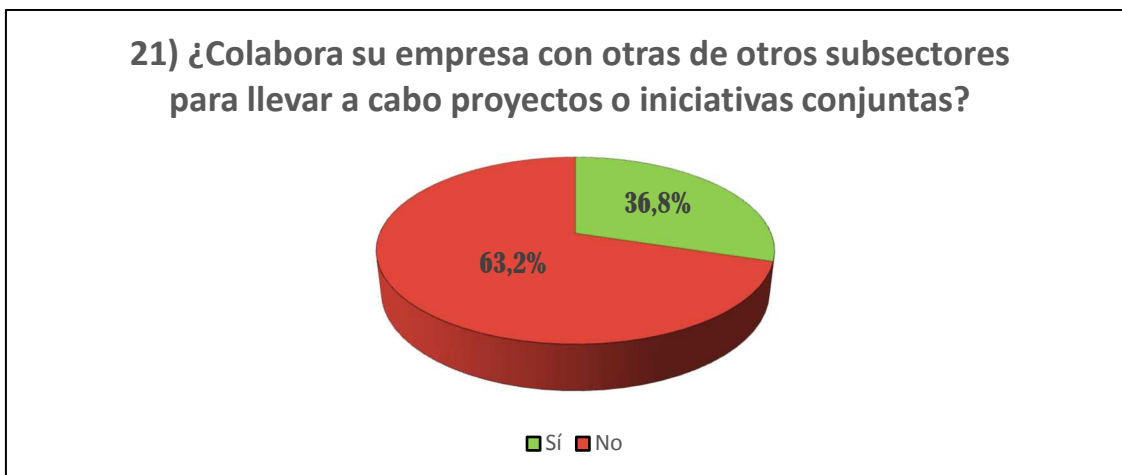
Análisis del ODS 17:

El ítem número 20 formaba ya parte del último bloque del cuestionario, perteneciente al ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos. Así, se preguntó a los empresarios sobre si establecían colaboraciones con empresas del mismo subsector para llevar a cabo proyectos o iniciativas conjuntas. Únicamente el 21,1% afirmó llevar a cabo este tipo de colaboraciones, mientras en el resto de los casos, la respuesta fue negativa.



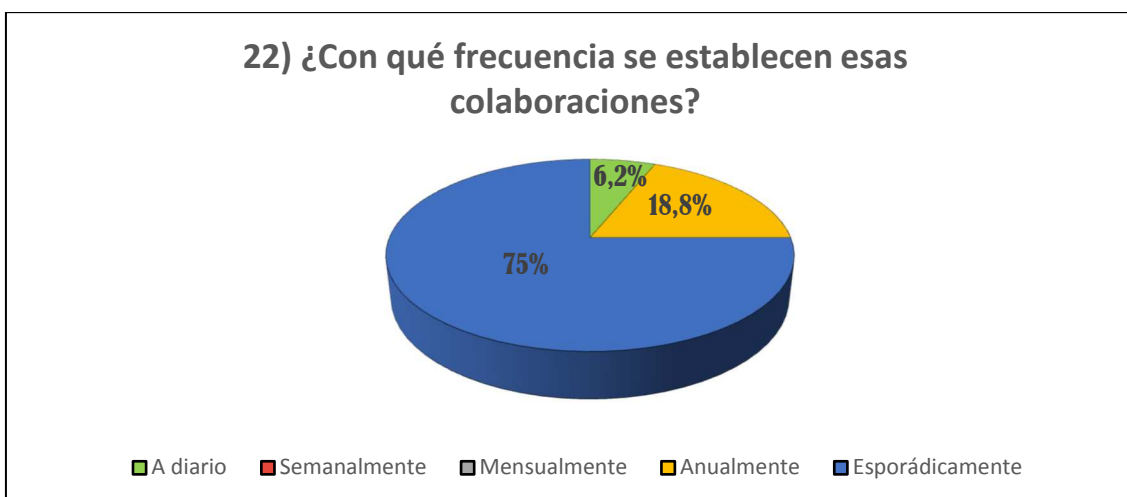
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Del mismo modo, se preguntó acerca de las colaboraciones con empresas de otros subsectores. Ante este hecho, se obtuvieron unos datos algo más favorables, con un 36,8% sobre el total que afirmó colaborar, aunque también algo lejanos a lo que se pretende lograr por medio del ODS 17.



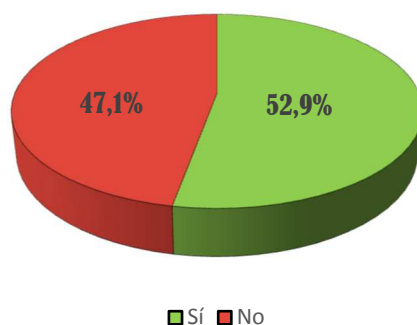
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Además, cuando se preguntó sobre la frecuencia con la que se llevaban a cabo las colaboraciones, el 75% de las empresas manifestaron que éstas eran esporádicas, mientras que el 18,8% indicaban tener carácter anual. Sólo un 6,2% de los encuestados dijo colaborar diariamente con cualquier otro tipo de empresas. También se preguntó sobre la participación de las empresas en iniciativas lideradas por organismos públicos. En este caso, el 52,9% afirmó ser proclive a este tipo de colaboraciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

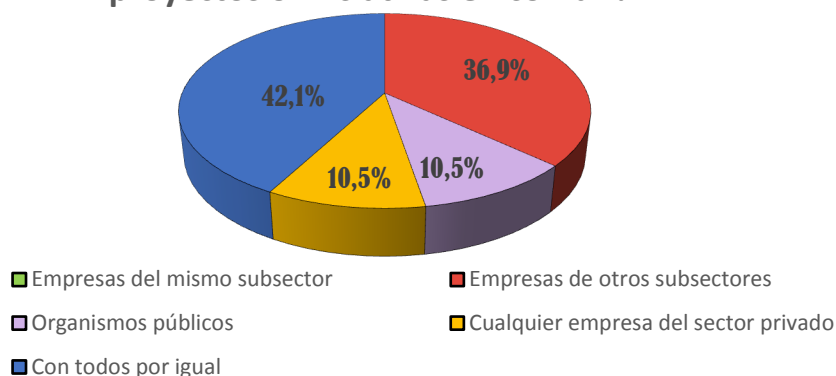
23) ¿Participa su empresa en iniciativas lideradas por organismos públicos?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Por último, y para finalizar la encuesta, se decidió preguntar con quién consideraban más sencillo establecer proyectos o iniciativas en común. El 42,1% dijo ser igual de sencillo colaborar con otros, independientemente de que fueran empresas del mismo sector o no, o que se realizara con organismos públicos. Por otro lado, el 36,9% de los encuestados consideró que con los que más sencillo les resultaba colaborar era con empresas de otros sectores, en consonancia a los resultados obtenidos en el ítem número 22. Probablemente, la excesiva burocracia que implica trabajar con el sector público y la competencia existente entre empresas del mismo subsector turístico, sean algunas de las razones por las que resulte más complicado establecer proyectos conjuntos, y no se encuentren entre las prioridades de los empresarios. Por otro lado, las colaboraciones con empresas de otro subsector, pueden resultar algo más ágiles en su planificación, y cada colaborador resulta beneficiado dentro de un sector en el que no son competencia.

24) ¿Con quién considera que es más sencillo establecer proyectos o iniciativas en común?



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

En relación a los aspectos fundamentales resaltados en el capítulo 3 para el estudio del ODS 17, de los resultados obtenidos en la encuesta, se extrae que:

- Las colaboraciones entre los grupos de interés del sector turístico se dan en casos aislados, y preferentemente con empresas de otros subsectores que no suponen competencia en el desarrollo de sus actividades de negocio.
- No parece existir una estrategia clara para desarrollar alianzas, y las iniciativas propuestas por organismos públicos resultan poco atractivas para los empresarios.

Como se ha podido observar, la heterogeneidad de los resultados obtenidos en la encuesta pone de manifiesto las diferencias existentes en cuanto a la gestión de un negocio se refiere. Además, en un sector tan amplio como el turístico, que abarca actividades en campos tan variados como la restauración, el transporte o el ocio, entre otros, se muestra con mayor claridad los contrastes obtenidos en las respuestas. En el próximo capítulo, se establecerán las conclusiones a las que se ha llegado, teniendo presente las limitaciones de la muestra, para determinar si realmente el turismo en la zona del Mar Menor es un sector concienciado con los ODS 5, 8 y 17.

5. CONCLUSIONES.

Una vez analizados en profundidad los ODS 5, 8 y 13, e interpretados los datos recogidos en el estudio aplicado por medio de la encuesta, en este apartado se van a exponer las conclusiones a las que se ha llegado en este trabajo fin de grado.

El turismo se erige como un pilar fundamental en la economía mundial, y en la de España y el Mar Menor en particular, pero el desarrollo de su actividad puede provocar graves impactos sociales, económicos o ambientales si su crecimiento es descontrolado y no se tiene en cuenta el carácter limitado de los recursos. Con la aplicación del desarrollo sostenible en este sector, se ha logrado una mayor concienciación en favor de la búsqueda de los beneficios empresariales a medio y largo plazo, dando lugar al turismo sostenible. Todo ello, manteniendo el grado de satisfacción de los visitantes sin comprometer el bienestar de la población local y el medioambiente. No obstante, todavía queda un largo por recorrer para dar por culminado ese cambio de mentalidad.

La Agenda 2030 requiere de la acción conjunta de sociedad, instituciones públicas y sector privado. Éste último está llamado a liderar el camino a la sostenibilidad gracias ámbito global que pueden alcanzar sus actividades, promoviendo un consumo responsable e invirtiendo

en innovación sostenible. Sólo así se conseguirá implementar los ODS en cualquier parte del mundo, “sin dejar a nadie atrás”.

De los resultados de la encuesta se extrae que, a pesar de sus cinco años de vigencia, todavía existe cierto desconocimiento sobre qué son los ODS y cuál su finalidad. En base a los resultados obtenidos, que por lo general se encuentran en consonancia a las buenas prácticas que propone la Agenda 2030, se puede deducir que la razón real que mueve a las empresas a obrar correctamente es su propia ética, ya que se observa un general desconcierto en cuanto a si se cumple o no con los ODS.

De las respuestas obtenidas en torno al ODS 5, se corroboran las afirmaciones reflejadas en los antecedentes, las cuales situaban al sector del turismo como uno de los que mayor igualdad de oportunidades ofrece a hombres y mujeres, tanto en el proceso de contratación, como en la distribución salarial o en la posibilidad de conciliar la vida familiar.

En cuanto a las expectativas de desarrollo profesional y crecimiento económico ligadas a lo contemplado en el ODS 8, se deduce, a tenor de los resultados, que el sector turístico permite oportunidades de contratación a cualquier persona, con independencia de edad y género, aunque sí se valora enormemente la experiencia previa o la demostración de habilidades. Por otro lado, las condiciones laborales no se pueden considerar precarias, pero sí limitadas en algunos aspectos. Más allá de gozar de unos salarios medios, que suelen ser superiores al SMI, se observa que los puntos débiles más latentes en este sector son el número de empleados a tiempo parcial, las pocas expectativas de promoción o la sobrecarga horaria.

En relación al establecimiento de alianzas tal y como propone el ODS 17, las empresas del sector turismo del Mar Menor actúan de manera individualizada a la hora de ejercer sus actividades profesionales. Aunque la mayoría de los negocios afirma llevar a cabo colaboraciones, éstas se realizan de forma muy aislada, y se encuentran poco afianzadas en el tiempo. No obstante, se observa mayor tendencia y predisposición a colaborar con empresas del mismo sector que con las de otros sectores o con organismos públicos.

A modo de propuesta de mejora, se plantea que, más allá de apelar a la responsabilidad de cada empresa en cumplir con las pautas (que no normas) de sostenibilidad recogidas en los ODS, las instituciones públicas deberían seguir esforzándose, primero, en estimular al empresario para lograr mejoras en las distintas dimensión económica, social y ambiental,

incentivando a aquellos que las lleven a cabo; y segundo, en influir en la población por medio de una mayor promoción y concienciación en torno a la Agenda 2030. La sociedad, por su parte, tiene la gran responsabilidad de elegir unos representantes en las instituciones públicas preocupados por la sostenibilidad. También debería apoyar a las empresas, tratando que perciban que sus buenas prácticas están siendo valoradas, ya sea aumentando su cartera de clientes o manteniendo la fidelidad de los ya existentes.

Para finalizar, resulta honesto indicar las limitaciones con las que se ha contado en la elaboración de este trabajo. No cabe duda que el uso de un test de respuesta cerrada resulta más rápido y sencillo al contestar, sin embargo, en ciertas cuestiones se ha echado en falta un contacto directo con el encuestado, ya sea para conocer cualquier matización que pudiera surgir en sus contestaciones, como para aportar otras respuestas a las ofrecidas y que se aproximaran más a la realidad de su empresa. Por otro lado, el tamaño de la muestra también puede resultar otra limitación, principalmente cuando se pretende emitir un juicio de valor que represente a todo el sector turístico de la zona del Mar menor. No obstante, este trabajo puede servir como punto de partida para posteriores estudios que se puedan realizar durante el periodo de vigencia de la Agenda 2030 o, incluso, tras su finalización.

6. ANEXO.

6.1. Anexo 1. Cuestionario para el estudio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde la perspectiva de las empresas del sector turístico en la zona del Mar Menor.

Disponible en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/forms/d/1Qpg50IDGr5ip2QHwUIAK7nLZJFw5oIZpwjcXvLD9wjg/edit?usp=drivesdk&chromeless=1>

Mediante este cuestionario se pretende conocer la situación de su empresa respecto a la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para participar, únicamente tendrá marcar una de las opciones por cada pregunta, y le rogamos que responda de manera honesta, ya que se trata de cuestionario anónimo con fines académica. No olvidé enviar el cuestionario a su finalización.

Agradecemos enormemente su colaboración.

1) ¿Conoce qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030?

Sí.

No.

2) **¿Considera que su empresa cumple con los ODS de la Agenda 2030?**

Sí, completamente.

Sí, en parte.

No.

3) **El porcentaje de hombres y mujeres de su empresa es:**

Mujeres entre el 100 y el 80%; Hombres entre el 0 y el 20%.

Mujeres entre el 80 y el 60%; Hombres entre el 20 y el 40%.

Mujeres entre el 60 y el 40%; Hombres entre el 40 y el 60%.

Mujeres entre el 40 y el 20%; Hombres entre el 60 y el 80%.

Mujeres entre el 200 y el 0%; Hombres entre el 80 y el 100%.

4) **En la contratación de nuevos empleados, ¿se practica en su empresa una política de acción positiva hacia la contratación de mujeres.**

Sí.

No.

5) **¿Existe en su empresa igualdad en los salarios para empleados de la misma categoría profesional?**

No, los hombres cobran más.

No, las mujeres cobran más.

Sí, pero con bonificaciones por antigüedad en la empresa.

Sí, se cobra exactamente lo mismo

6) **¿Existe en su empresa la posibilidad de flexibilizar el horario de la jornada laboral para conciliar la vida familiar?**

Sí.

No.

7) **¿Existe en su empresa la posibilidad de practicar el teletrabajo cuando existan circunstancias excepcionales?**

Sí.

No.

8) ¿Cuántos han sido los permisos por paternidad concedidos en su empresa en los últimos cinco años?

- Ninguno.
- Entre 1 y 3.
- Entre 4 y 7.
- Entre 8 y 10.
- Más de 10.

9) ¿Cuántos han sido los permisos por maternidad concedidos en su empresa en los últimos cinco años?

- Ninguno.
- Entre 1 y 3.
- Entre 4 y 7.
- Entre 8 y 10.
- Más de 10.

10) Considera que las ausencias justificadas al puesto de trabajo son:

- Mayor en las mujeres.
- Mayor en los hombres.
- Es indistinto.

11) Valore el índice de rotación del personal de su empresa durante el periodo de un año.

- Menor o igual al 14%.
- Entre el 15 y el 29%.
- Entre el 30 y el 49%.
- Entre el 50 y el 69%.
- Igual o superior al 70%.

12) ¿Cómo considera que es el salario promedio de sus empleados respecto al Salario Mínimo Interprofesional?

- Ajustado (950€ al mes).
- Algo superior (hasta 1200€ al mes).
- Bastante superior (Hasta 1500€ al mes).
- Muy superior (más de 1500€ al mes).

13) ¿Cuál es el porcentaje de empleados contratados a tiempo parcial en su empresa?

- Menor o igual al 14%.
- Entre el 15 y el 29%.
- Entre el 30 y el 49%.
- Entre el 50 y el 69%.
- Igual o superior al 70%.

14) La sobrecarga de horas que sufren sus empleados respecto a las que se encuentran contratadas es de:

- No existe sobrecarga, se ajustan completamente al horario.
- Entre 1 y 2 horas a la semana.
- Entre 2 y 4 horas a la semana.
- Entre 4 y 6 horas a la semana.
- Más de 6 horas a la semana.

15) ¿Existe un plan de promoción dentro de su empresa?

- Sí.
- No.

16) ¿Gestiona o da facilidad a sus empleados para llevar a cabo cursos o actividades de formación que permitan un mejor desempeño de sus funciones dentro de la empresa?

- Sí.
- No.

17) ¿En que basa su elección a la hora de contratar nuevos empleados?

- Dispongo de un Departamento de Recursos Humanos que toma esa decisión.
- Realizo a todos los candidatos una entrevista informal junto con una demostración de sus habilidades y capacidades.
- Contrato a conocidos o recomendados que necesitan trabajo.
- Otros.

18) ¿Influye el género del candidato/a en su toma de decisión a la hora de contratar nuevos empleados para su empresa?

- Sí, prefiero que sean mujeres.
- Sí, prefiero que sean hombres.
- No, el género del candidato me es indiferente.

19) ¿Influye la edad del candidato/a en su toma de decisión a la hora de contratar nuevos empleados para su empresa?

- Sí, prefiero contratar a jóvenes y con poca experiencia.
- Sí, prefiero contratar a personas entre 30 y 50 años con experiencia en el sector.
- Sí, prefiero contratar personas mayores de 50 años que tengan familia a su cargo.
- No, la edad del candidato me es indiferente.

20) ¿Su empresa colabora con otra de su mismo sector para llevar a cabo proyectos o iniciativas conjuntas?

- Sí.
- No.

21) ¿Su empresa colabora con otra de otros sectores para llevar a cabo proyectos o iniciativas conjuntas?

- Sí.
- No.

22) ¿Con qué frecuencia se establecen esas colaboraciones?

- A diario.
- Semanalmente.
- Mensualmente.
- Anualmente.
- Esporádicamente.

23) ¿Participa su empresa en iniciativas lideradas por organismos públicos?

- Sí.
- No.

24) ¿Con quién considera que es más sencillo establecer proyectos o iniciativas en común?

- Empresas del mismo sector.
- Empresas de otros sectores.
- Organismos públicos.
- Cualquier empresa del sector privado.
- Con todos por igual.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

AGENCIA DE LA ONU PARA LOS REFUGIADOS (2020); Pobreza extrema, ¿qué podemos hacer para acabar con ella?

AGUADO, I. ET COL (2009); El desarrollo sostenible a lo largo de la historia del pensamiento económico. Revista de Economía Mundial

ALIPOUR, H, ALTINAY, M., HUSSAIN, K. Y SHEIKHANI, N. (2007). Percepciones de los usuarios de la playa: un estudio de caso de las zonas costeras del norte de Chipre hacia el establecimiento de una "capacidad de carga".

ASENSIO, C. (2018); Aristóteles y la Estrategia Empresarial Sostenible.

AVENDAÑO, W. (2013); Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para la empresa.

BANCO MUNDIAL (2018); Casi la mitad de la población mundial vive con menos de USD 5,50 al día.

BARBIER, E. (1987); The Concept of Sustainable Economic Development

BOWEN, H. (1953); Social Responsibilities of the Businessman.

CARDOSO JIMÉNEZ, C. (2006); Turismo Sostenible: Una revisión conceptual aplicada.

CASTAÑO, C. (2013); Los pilares del Desarrollo Sostenible: Sofisma o realidad

CEUPE MAGAZINE (2021); ¿Cómo surgió el turismo sostenible?

CORTINA, A. Y CONILL, J. (1994); Ética de la empresa.

ECOCIENCIA, REVISTA CIENTÍFICA (2020); Responsabilidad Social Corporativa y Turismo Sostenible.

ECONOMÍA SIMPLE (2019); Definición umbral de pobreza.

ELKINGTON, J. (1994); Towards the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development.

ENTORNO TURÍSTICO STAFF (2016); 10 datos que debes conocer de Thomas Cook, el padre del turismo.

EPDATA (2020); El turismo en España y en el mundo, en datos y gráficos.

EUROPAPRESS (2019); El turismo lidera el avance hacia la igualdad de género

FERNÁNDEZ, J. Y BAJO, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad.

FREEMAN, R. (1983); Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance.

GARRIGÓS SIMÓN, F.J., NARANGAJAVANA, Y. Y PALACIOS MARQUÉS, D. (2004). Capacidad de carga en la industria del turismo: un estudio de caso de Hengistbury Head

HOSTELTUR (2021); La aportación del turismo al PIB mundial cae a la mitad por la pandemia

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (2019); Balance turístico de la Región de Murcia 2018.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2019); Aportación del turismo a la economía española.

LAASCH, O. Y CONAWAY, R. (2017); Principios de administración responsable: sostenibilidad, responsabilidad y ética globales.

LEAL LONDOÑO, M.P., HERNÁNDEZ, G. Y MARTÍNEZ-IGLESIAS, M. (2017) Las empresas turísticas españolas frente a los objetivos de desarrollo sostenible: Un reporte sobre género, empleo y alianzas.

MARCHENA GÓMEZ, M., VERA REBOLLO, F., FERNÁNDEZ TABALES, A. Y SANTOS PAVÓN, E. (1999). Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal.

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN (2021); Agenda 2030.

MOLINA, S. (1997) Turismo. Metodología para su implantación. CITADO POR PANOSSO NETO, A. Y LOHMANN, G. (2012); Teoría del turismo: concepto, modelos y sistemas.

MORAGUES, D. (2006); Turismo, cultura y desarrollo.

MORIANA, L. (2018); Desarrollo sostenible: definición y términos

NACIONES UNIDAS (2021); Cumbre del Milenio 2000. Declaración del Milenio de las Naciones Unidas

NACIONES UNIDAS (2020); Informe sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

NACIONES UNIDAS (2021); Objetivos de Desarrollo Sostenible.

NACIONES UNIDAS, ESCUELA SUPERIOR DEL PERSONAL DEL SISTEMA DE LAS (2021); La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO Y WALK FREE FOUNDATION (2017); Estimaciones mundiales sobre la esclavitud moderna: trabajo forzoso y matrimonio forzoso.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2004); ¿Qué es el trabajo decente?

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2017); Pautas de la OIT sobre el trabajo decente y el turismo socialmente responsable.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2019); Definiciones de turismo de la OMT.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2021); Glosario de términos turísticos.

PACTO MUNDIAL. RED ESPAÑOLA (2020); Las alianzas de Koan Consulting como factor clave para alcanzar un turismo sostenible en todos los territorios

PONS, X. (2015); Las Naciones Unidas adoptan los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2020); Objetivos de Desarrollo del Milenio

RAMÍREZ, A. (2006); La RSC y la triple cuenta de resultados.

QUINTERO, J. (2004); Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el desarrollo sostenible.

SANCHO, A. (1998). Introducción al turismo. Citado por López Bonilla, J.M (2008); La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad.

SANTANA, A. (1997); Antropología o turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas?

STATISTA (2021); Número de turistas internacionales que visitaron España en 2020, por país de residencia.

UNIDAD DE ESTADÍSTICA DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (2019); Turismo en la Región de Murcia. Velazco, A. (2013); ¿Qué es el desarrollo sostenible?

VERA REBOLLO, F.V., LÓPEZ PALOMEQUE, F., MARCHENA GÓMEZ, M. Y ANTÓN CLAVÉ, S. (1997); Análisis territorial del turismo.

VON SCHULLERN, H. (1911); Turismo y Economía. Citado por Muñoz de Escalona, F (1992); Crítica de la economía turística: enfoque de oferta versus enfoque de demanda.