



España**Turismo** 2030



España**Turismo** 2030



Ministerio de Industria y Turismo.
Secretaría de Estado de Turismo.
NIPO: 217-25-021-9 (en línea)

	Prólogo	05
01	1. Datos para entender el turismo en 2025	08
02	2. Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo	22
	2.1. Diez documentos imprescindibles	23
	2.2. La sostenibilidad del turismo en España	28
03	3. Estrategia de Turismo Sostenible	66
	3.1. El camino hacia la Estrategia Turismo Sostenible	67
	3.2. Principios orientadores	70
	3.3. Misión y visión de la Estrategia Turismo Sostenible	72
	3.4. Metas estratégicas	72
04	4. Plan España Turismo 2030	78
	4.1. El impulso del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) a la sostenibilidad del modelo turístico español	80
	4.2. Retos y objetivos	85
	4.3. PROGRAMA DESTINOS	90
	4.4. PROGRAMA EMPRESAS	95
	4.5. PROGRAMA TALENTO	98
	4.6. PROGRAMA RESIDENTES	101
	4.7. PROGRAMA TURISTAS	103
	4.8. Implantación del Plan España Turismo 2030	105
	4.9. Seguimiento y evaluación del Plan España Turismo 2030	107
05	5. Agradecimientos	116





Prólogo

El turismo ha sido un gran motor de transformación de la economía y de la sociedad española desde el inicio de su desarrollo en los años cincuenta, sirviendo de palanca para el avance de derechos sociales y valores democráticos. La Constitución de 1978 reconoció el derecho al descanso y al ocio y se creó una estructura administrativa que garantizaba no solo el disfrute de los españoles, sino los inicios de una política turística democrática y multinivel.

Hoy en día, sigue siendo indudable el valor del turismo como mecanismo de apertura hacia Europa y hacia el mundo, fomentando la tolerancia y la convivencia entre la ciudadanía. La posición consolidada de liderazgo de España como destino de primera calidad a nivel mundial, fortalece la posición internacional de nuestro país.

El turismo es una realidad compleja y transversal que, en muchas ocasiones, debe pensarse en plural, dada la diversidad de formas, prácticas y experiencias que lo configuran. Sin embargo, todas sus manifestaciones comparten un elemento esencial: el desplazamiento y la dimensión humana. Por ello, las políticas turísticas deben situar siempre a las personas, sus derechos y su bienestar en el centro de la planificación y el desarrollo.

España es hoy un referente internacional en materia turística. En 2024 alcanzamos cifras históricas: 94 millones de visitantes internacionales y un gasto asociado de 126.000 millones de euros, un 16% más que el año anterior. El turismo es un motor de empleo y riqueza; da empleo a 13 de cada 100 españoles y supone el 12,3% del PIB.

Pero el liderazgo no se mide solo en números. El verdadero liderazgo se ejerce cuando el turismo se concibe como una actividad al servicio de la ciudadanía: de los residentes que conviven con los visitantes, de los profesionales y emprendedores que lo hacen posible, y de los propios turistas, que buscan experiencias auténticas y transformadoras.

Con esta visión nace España Turismo 2030: una hoja de ruta para reforzar nuestras fortalezas y afrontar los desafíos que tenemos por delante. Un plan que apuesta por la sostenibilidad económica, social y ambiental, que promueve la innovación y la digitalización, y que impulsa un modelo de turismo responsable, inclusivo y resiliente.

España Turismo 2030 es fruto de un proceso participativo y plural en el que comunidades autónomas, entidades locales, agentes sociales, academia y un amplio conjunto de profesionales del turismo han contribuido de manera decisiva.

El resultado es una propuesta del Gobierno de España construida con rigor y visión de futuro. Porque las cifras nos acompañan, pero lejos de caer en la complacencia, reafirmamos nuestro compromiso con la adaptación permanente y la mejora continua. Aspiramos a consolidar un modelo que defienda la triple sostenibilidad: económica, social y medioambiental.



Este enfoque nos permitirá garantizar un producto turístico de calidad, en el que las experiencias y las personas que participan en el proceso adquieren un renovado protagonismo. Defendemos un turismo plenamente integrado en nuestras ciudades, pueblos y comunidades, que preserve su identidad y garantice los derechos de los residentes, asegurando que sean ellos los principales beneficiarios de una actividad económica fundamental para el país.

Hoy contamos con una oportunidad única para consolidar una transformación decisiva para el futuro de España como país líder en turismo. Y este camino solo puede recorrerse con la implicación de todos: administraciones, empresas, trabajadores, ciudadanía y visitantes.

Por eso, invito a todos los actores del sector a asumir juntos la responsabilidad de construir un turismo que sea reflejo de lo que somos como país. Tenemos la capacidad y los recursos, pero sobre todo tenemos la responsabilidad de dejar un legado que trascienda generaciones.

Jordi Hereu i Boher
Ministro de Industria y Turismo



La Secretaría de Estado de Turismo inició en 2022, a partir de un amplio consenso con los agentes sociales del sector y las administraciones públicas en el seno del Consejo Español de Turismo (CONESTUR), un proceso participativo para sentar las bases de la transformación del modelo turístico de España. Desde entonces, ese consenso, acompañado de la mayor inversión pública en la historia del sector —3.400 millones de euros del Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico financiado por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia—, se ha traducido en una consolidación del liderazgo internacional de España: aumento sostenido del número de visitantes, mayor peso del turismo en la economía y el empleo, y una creciente capacidad de dinamización de otros sectores.

La culminación de este proceso es España Turismo 2030, un Plan del Gobierno de España diseñado para gobernar el éxito del turismo español. Parte de un

diagnóstico exhaustivo sobre los retos y efectos de la actividad turística a medio y largo plazo y fija las metas necesarias para asegurar su sostenibilidad económica, social y ambiental. Define, además, las acciones que permitirán impulsar un turismo más competitivo e innovador, generador de oportunidades, bienestar y empleos de calidad, al tiempo que mitiga el impacto ambiental y combate el cambio climático.

Esta estrategia es pionera, porque constituye el primer gran plan de Gobierno en turismo concebido desde una perspectiva transversal, implicando de forma directa a distintos ministerios y organismos. Sus 50 medidas concretas garantizan una visión integral y coordinada de las políticas públicas, con un objetivo claro: que España siga siendo referente mundial del turismo sostenible, no solo en número de visitantes, sino también en responsabilidad, innovación y calidad de vida.

España Turismo 2030 sitúa a las personas en el centro —empresarios, trabajadores, turistas y, especialmente, residentes—, reconociendo la diversidad de los destinos españoles y adaptando las acciones a las necesidades de cada territorio. Promueve un turismo más desconcentrado y desestacionalizado, que preserve el patrimonio cultural y natural del país. Asimismo, impulsa la digitalización y la inteligencia artificial como herramientas esenciales para reforzar la gestión y la innovación turística sobre las que se sostiene nuestro liderazgo.

En definitiva, la estrategia España Turismo 2030 garantiza una hoja de ruta común para los próximos años. Como secretaria de Estado de Turismo, quiero agradecer la participación y el consenso alcanzado con todos los responsables del éxito del turismo español —empresarios, trabajadores, administraciones y agentes sociales—, así como reconocer el liderazgo y la visión estratégica del ministro Jordi Hereu, que han hecho posible culminar este proceso.

Rosario Sánchez Grau
Secretaria de Estado de Turismo

01 | Datos para entender el turismo en 2025

02 | Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo

03 | Estrategia de Turismo Sostenible

04 | Plan España Turismo 2030

05 | Agradecimientos

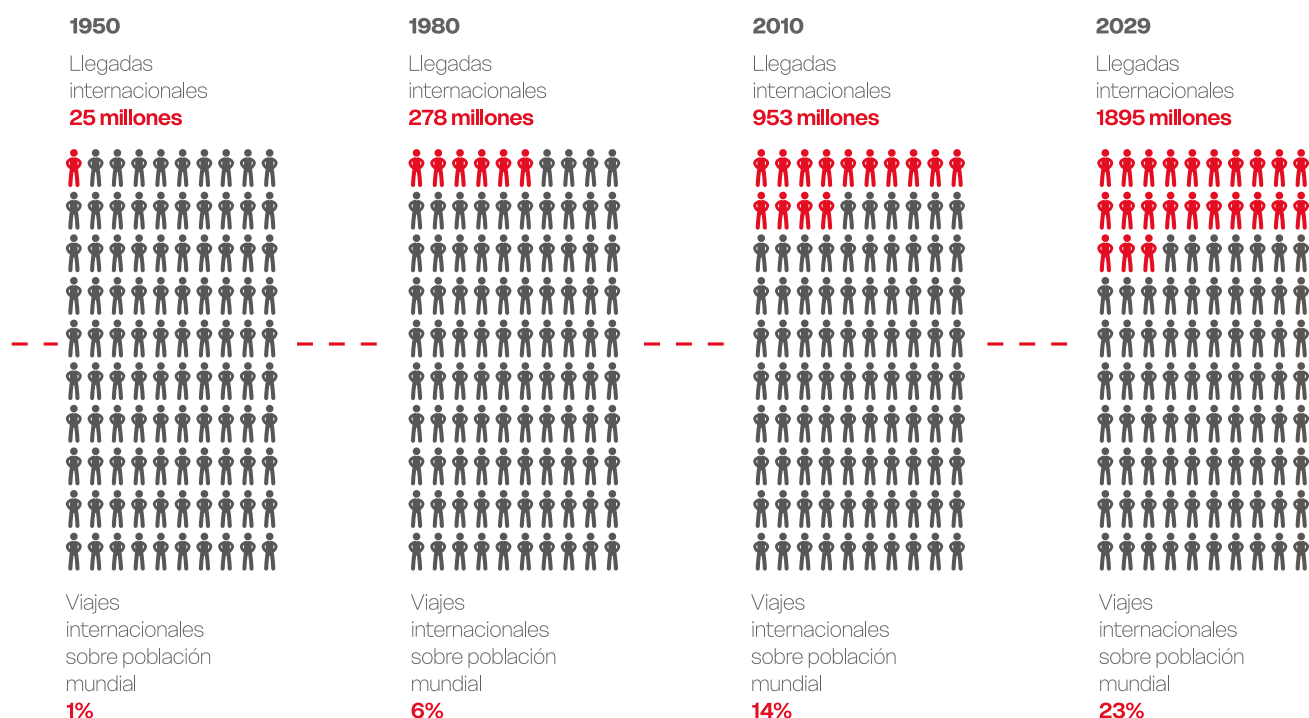
A pesar de la enorme heterogeneidad de las actividades que engloba el concepto de turismo y de la gran complejidad de las interrelaciones que el fenómeno mantiene no solo con el entorno económico, sino también con el entorno social y ambiental, muchas reflexiones estratégicas se han basado en consideraciones exclusivamente económicas, partiendo de una noción de producción que desvincula la actividad del contenido social, cultural y ambiental y la relaciona únicamente con el valor de intercambio de los servicios turísticos¹.

La ambición de este documento es superar esta perspectiva, para poder abordar los retos que el turismo supone para las sociedades contemporáneas. Sin embargo, el esfuerzo sostenido por caracterizar el sector turístico permite exponer datos que acentúan la importancia económica de la actividad y que reflejan la dinámica que la caracteriza en España.

1.1 EL TURISMO INTERNACIONAL: UN FENÓMENO EN CONSTANTE CRECIMIENTO

El turismo crece de manera sostenida en todo el planeta desde la década de los años cincuenta. Todos los análisis realizados señalan que la tendencia de crecimiento se va a mantener de manera relevante.

Turismo internacional 1950-2029



Fuentes: ONU Turismo y Global Data (proyección a 2029) — Llegadas internacionales.

¹ RIERA, A. Y AGUILÓ E. (2009). Libre Blanc del Turisme de les Illes Balears.

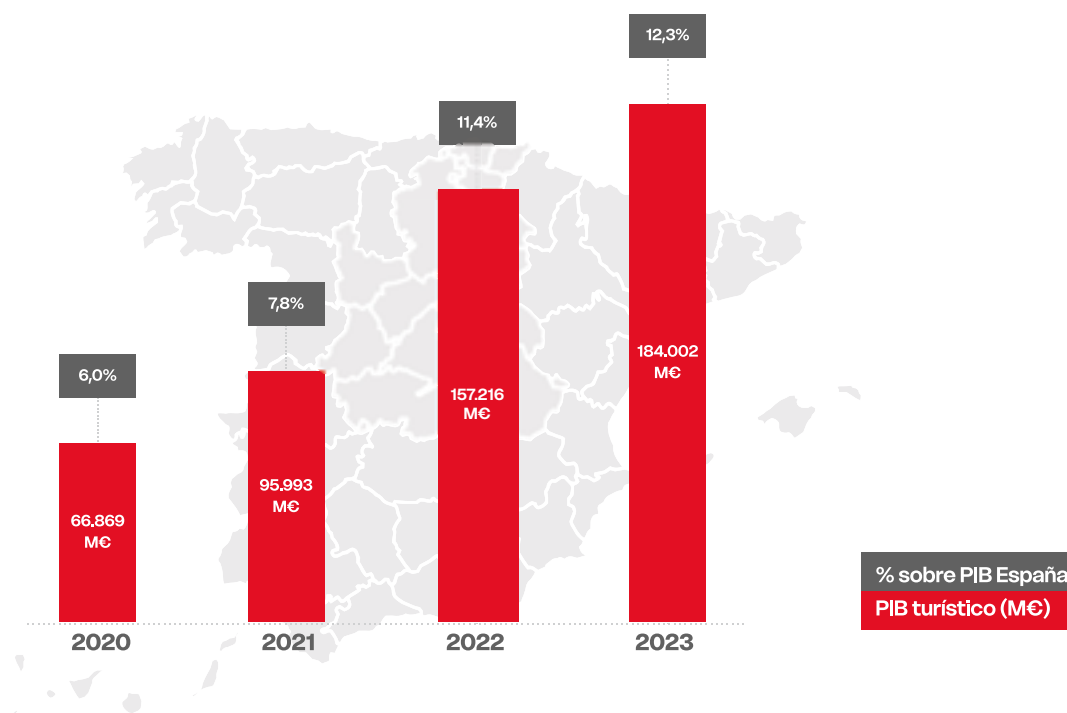


1.2 EL TURISMO: UN SECTOR CLAVE EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

El sector turístico supone alrededor del 12,3% del total del PIB de España en el año 2023, apreciándose un notable aumento de su importancia en los últimos años. En el último año ha experimentado un crecimiento muy por encima del registrado en el total de la economía.

Por ramas de actividad, el sector servicios alcanza un peso del 75,2% en el año 2023, incrementando su participación en 0,7 puntos porcentuales frente al descenso del peso de la industria y al moderado aumento de la agricultura y construcción.

Crecimiento en el porcentaje del turismo en el PIB



Fuente: Cuenta Satélite del Turismo y Contabilidad Nacional (INE).

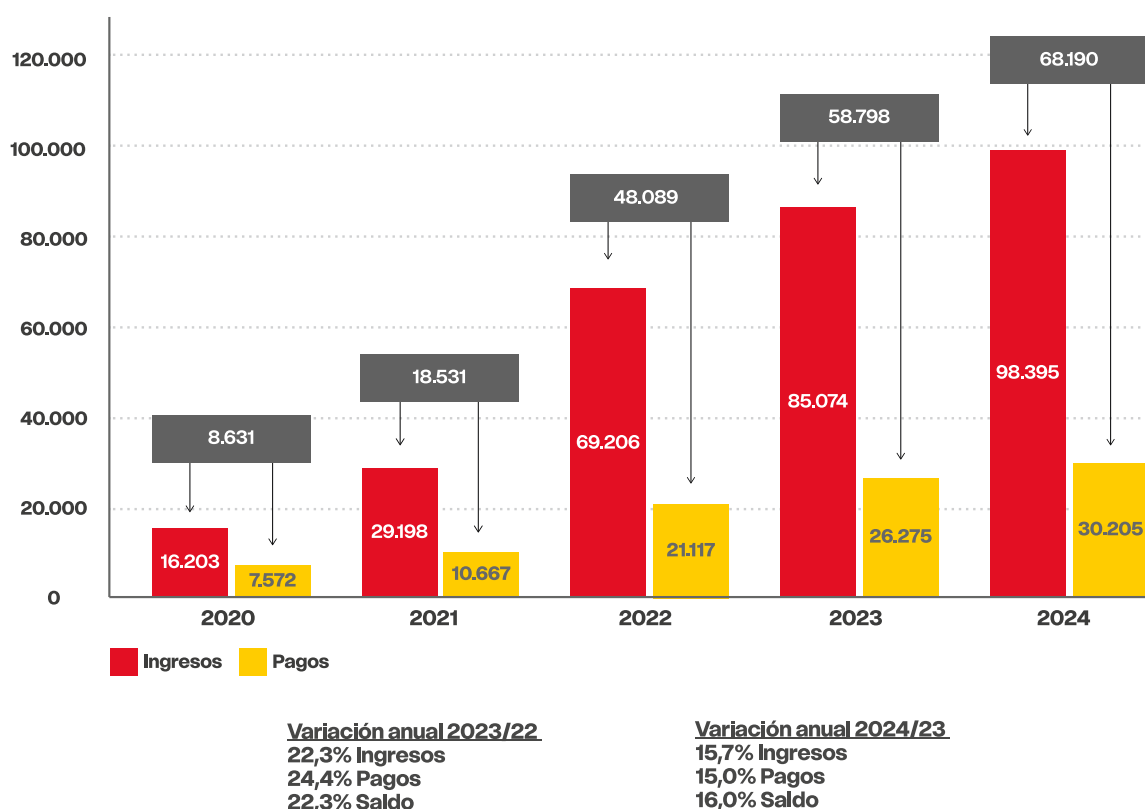
Ingresos por turismo en la balanza de pagos

Los ingresos por turismo se incrementaron un 15,7% en 2024, manteniendo los importantes crecimientos de los últimos años y favoreciendo el aumento del saldo positivo de los servicios asociados al turismo, que en el año 2024 alcanza un superávit de más de 68 mil millones, lo que proporciona un amplio margen de actuación a la balanza comercial y resto de servicios por cuenta corriente.

El resto de bienes y servicios de la balanza por cuenta corriente muestra igualmente un comportamiento positivo, entrando en superávit en los últimos dos años debido principalmente al descenso de las importaciones.

El superávit de la rúbrica de turismo y viajes en la balanza de pagos (68.190 millones de euros) permitió financiar más del doble del déficit de la balanza comercial de bienes (-33.857 millones de euros) en 2024 y contribuyó decisivamente al superávit total de 50.678 millones de euros en la balanza de pagos por cuenta corriente (fuente: Banco de España).

Balanza de pagos. Cuenta corriente. Turismo y viajes (Datos en M€).



Fuente: Banco de España.



1.3 EL TURISMO: UNA ACTIVIDAD LÍDER EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO

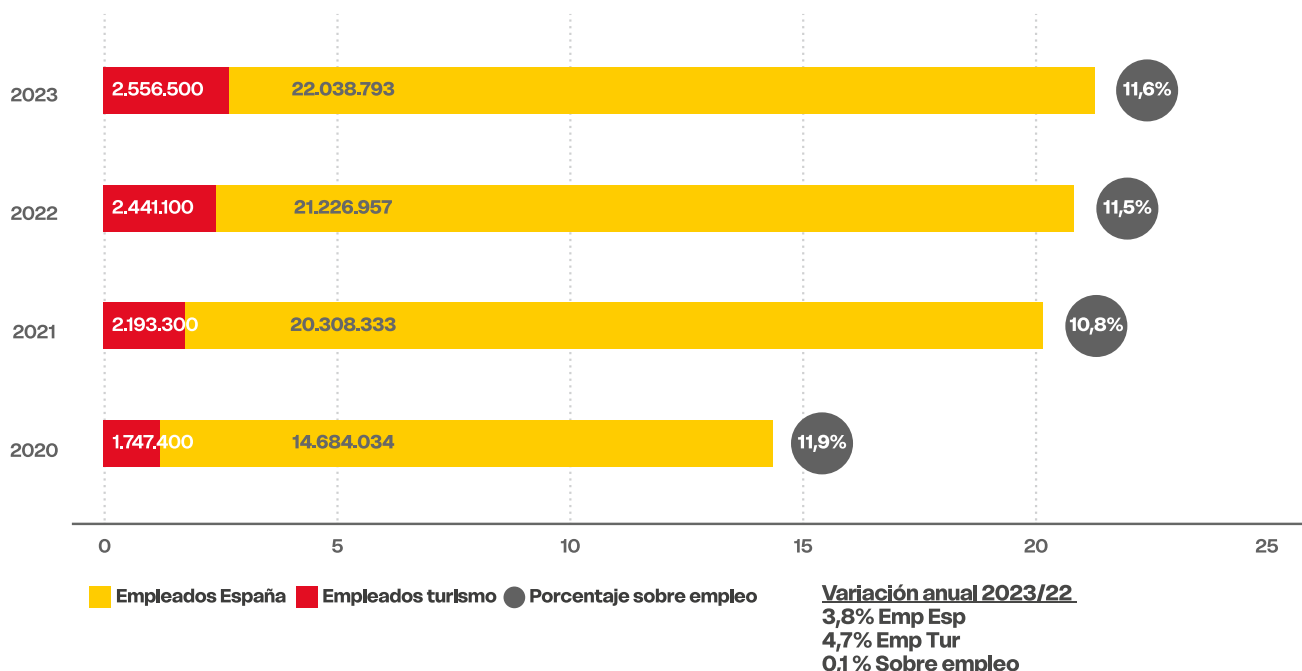
En septiembre de 2025 el número de personas afiliadas a la Seguridad Social en el sector turístico superó los 2,9 millones de personas trabajando en el sector, lo que supuso el 13,5% del total de afiliación en España. (fuente: Nota de Afiliación a la Seguridad Social en Turismo – Turespaña sobre datos del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones).

El crecimiento de la afiliación en el sector ha sido, además, superior al crecimiento en las llegadas de turistas internacionales. Desde 2016, las llegadas han crecido un 24,5% (fuente: FRONTUR – INE), mientras que la afiliación ha experimentado un crecimiento de 26,5%.

El promedio de ocupados en el sector turístico en 2024 alcanzó los 2.918.725, el 13,5% del total de ocupados en el conjunto de la economía (fuente: Nota de Coyuntura de la EPA en el Sector Turístico – Turespaña sobre datos de la Encuesta de Población Activa – INE).

El sector servicios concentra el 76,4% del empleo en el año 2024, mostrando un leve descenso respecto al año anterior frente a ligeros crecimientos de peso de sectores como la industria y la construcción.

Porcentaje de empleo turístico sobre empleo en España



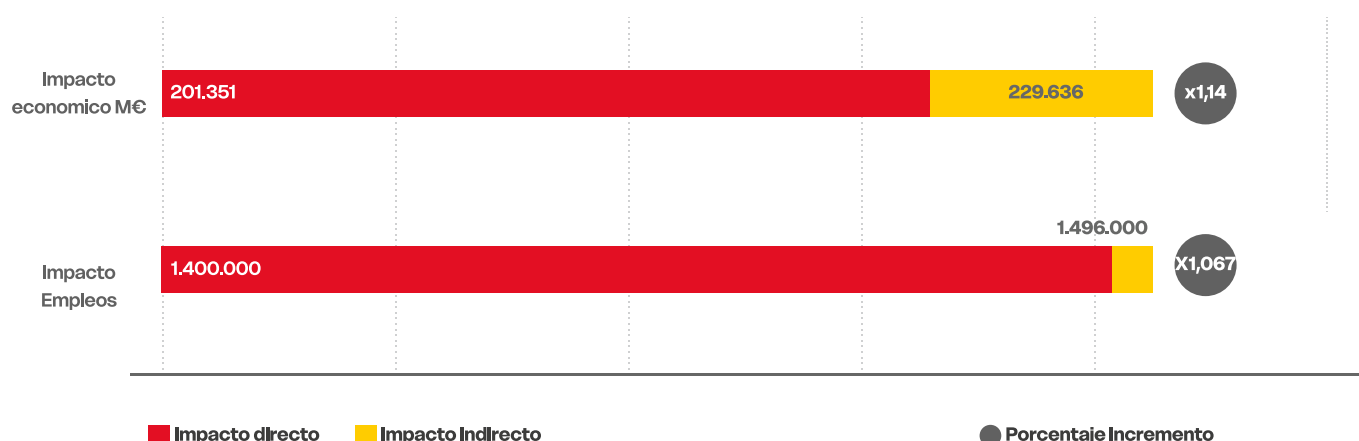
Fuente: Cuenta Satélite del Turismo en España (INE).

1.4 EL TURISMO: UN SECTOR MULTIPLICADOR PARA OTROS SECTORES ECONÓMICOS Y EL EMPLEO

Si en 2023 el impacto directo de la producción turística fue de 201.351 millones de euros, el impacto indirecto (el importe asociado a la demanda de las industrias turísticas más el efecto multiplicador en la producción de otras ramas de actividad) sumado al impacto inducido por las rentas generadas por la actividad turística alcanzó los 229.636 millones. Por tanto, por cada euro generado directamente por la actividad turística, se generaron 1,14 euros extra de manera indirecta e inducida (fuente: Impacto de la actividad turística en la economía española 2019-2013 – Cámara de Comercio de España).

En 2023 el empleo generado directamente por la actividad turística alcanzó la cifra de 1,4 millones de puestos de trabajo; pero además, las industrias turísticas generaron indirectamente 967 mil puestos de trabajo gracias a la demanda de insumos que realizaron otras ramas productivas y a como esa demanda se fue transmitiendo por el resto de las actividades. A estas cifras hay que añadir el empleo inducido en otros sectores de actividad como consecuencia del consumo generado por las rentas de la actividad turística, que se estima en 529 mil puestos de trabajo. Por lo tanto, por cada 1.000 puestos de trabajo generados directamente por la actividad turística, se generaron otros 1.067 en otras actividades de forma indirecta e inducida (Fuente: Impacto de la actividad turística en la economía española 2019-2023 – Cámara de Comercio de España).

Efecto directo e indirecto en euros y personas



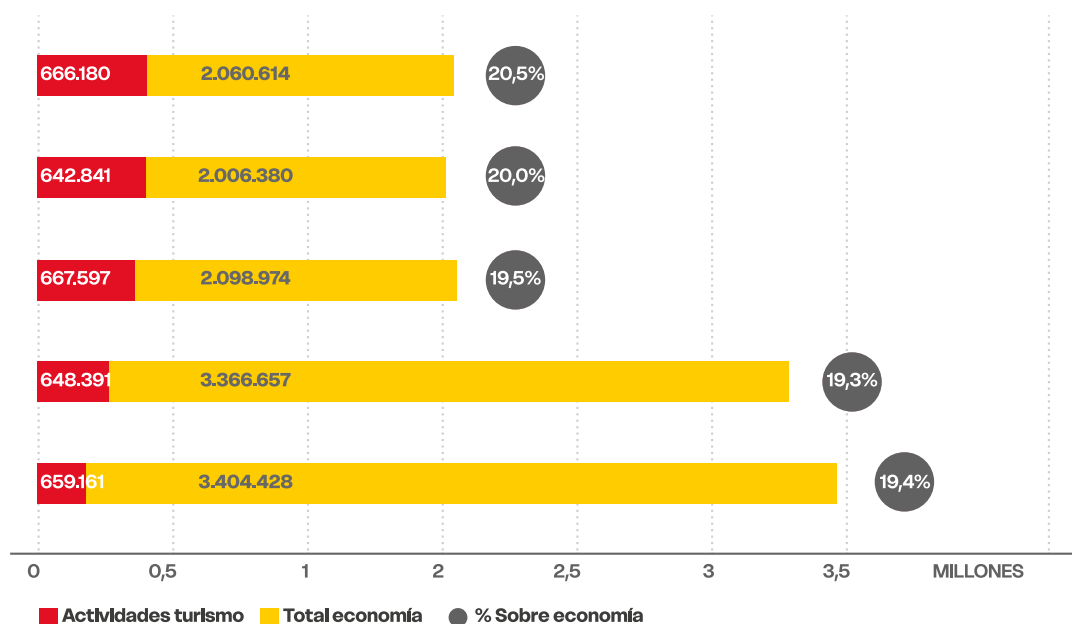
Fuente: Impacto de la actividad turística en la economía española 2013-2019 – Cámara de Comercio de España).



Empresas turísticas en España

El número de empresas que realizan actividades asociadas al turismo representan en torno al 20,5 % del total de empresas de la economía española en el año 2024. En el último año, el número de empresas turísticas ha aumentado un 3,6%, lo que supone mayor crecimiento que el número de empresas del total de la economía.

Empresas asociadas al turismo y porcentaje sobre el total de empresas



Fuente: Directorio Central de Empresas. INE.

1.5 ESPAÑA, LÍDER EN PERNOCTACIONES DE TURISTAS INTERNACIONALES

Con más de 323 millones de pernoctaciones en 2024 en establecimientos hoteleros y similares, España es el país europeo líder con mucha diferencia. Francia, con más de 100 millones de llegadas de turistas internacionales obtuvo bastante menos de la mitad de pernoctaciones: 138 millones, incluyendo además en su estadística todas las pernoctaciones en cualquier tipo de alojamiento de pago, es decir, también viviendas vacacionales (fuente: European Travel Commission – ETC – con datos oficiales suministrados por los países miembros).

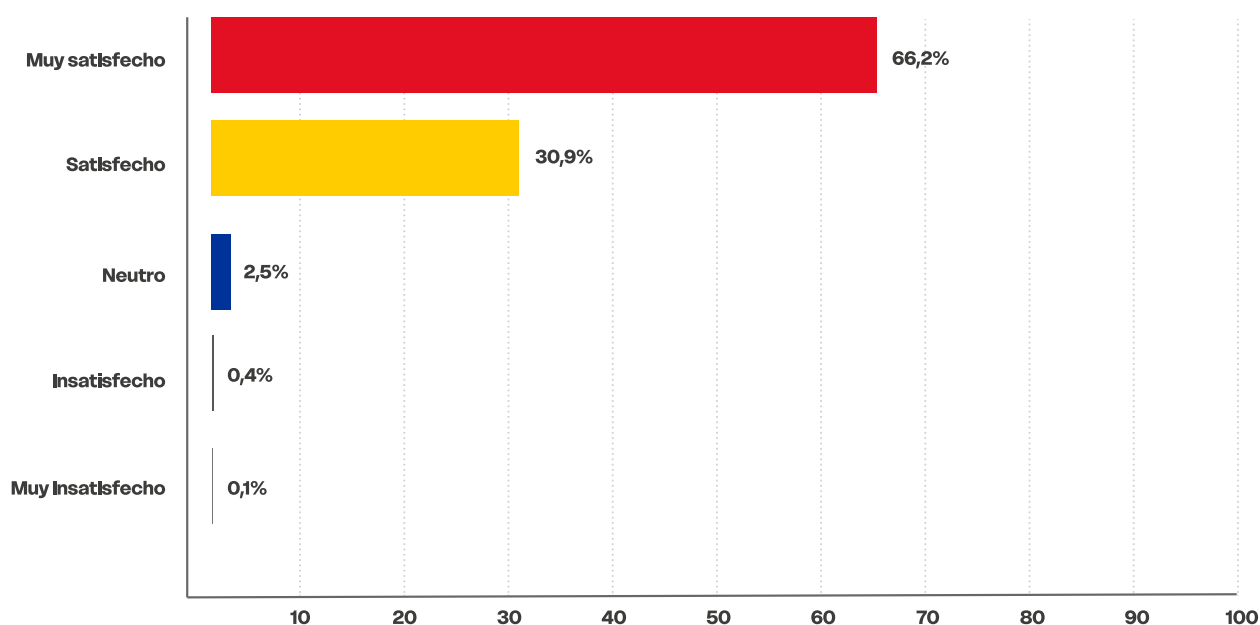
1.6 SATISFACCIÓN DEL TURISTA

Un 97% de los turistas declaran haber quedado satisfechos o muy satisfechos con su viaje a España (fuente: Encuesta de Satisfacción de los Turistas Internacionales – Turespaña 2022-2024).

El porcentaje de muy satisfechos ha ido aumentando cada año en que se ha realizado la encuesta: 62,7% en 2022, 65% en 2023 y 66,2% en 2024.

La dimensión mejor valorada es la oferta de ocio (94% de satisfechos o muy satisfechos) y la menor es todavía la sostenibilidad, aun así, con un 73% de satisfechos o muy satisfechos.

Grado de satisfacción del turista



Fuente: Encuesta de Satisfacción de los Turistas Internacionales – Turespaña 2022-2024.



1.7 FIDELIDAD, LA CLAVE DEL ÉXITO

Es difícil llegar a los 100 millones de turistas internacionales, pero lo que resulta valioso es que se mantengan cifras relevantes año tras año.

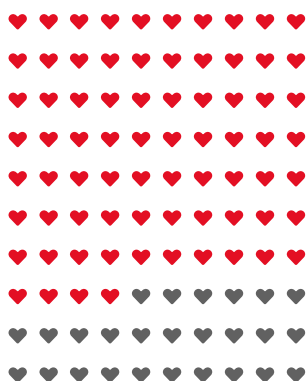
Según la ESTI 2024, un 66% de los turistas internacionales que nos visitaron ese año tenía intención de volver a España en los siguientes 12 meses y un 19% aún no lo sabían. Únicamente el 15% de los turistas internacionales tenía claro que no elegiría España de nuevo a corto plazo.

En 2024, más del 74% de nuestros turistas internacionales ya nos habían visitado con anterioridad y más del 38% lo habrían hecho en 10 o más ocasiones (fuente: EGATUR – INE).

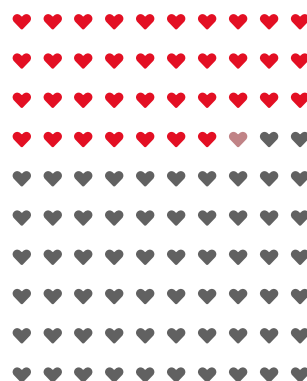
Datos sobre la fidelidad de los turistas internacionales

2024

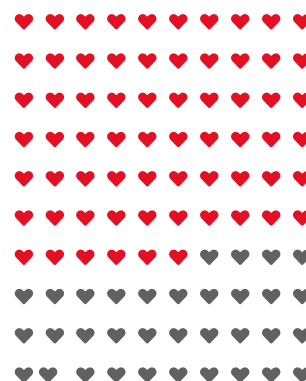
74% de turistas
que repiten
España como destino



38% de turistas
ha visitado España
en más de 10 ocasiones



66% de turistas
tiene pensado
volver en 12 meses



Fuente: EGATUR – INE.

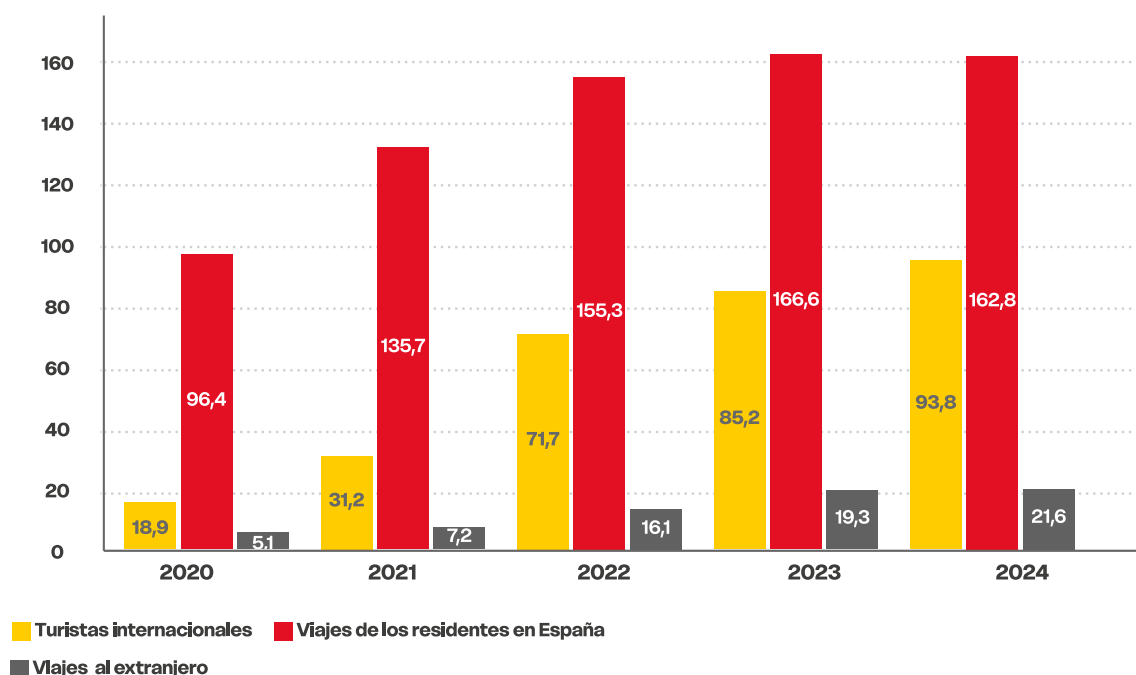
El valor de esta fidelidad se puede estimar en términos de todos los ingresos futuros que se pueden esperar, dado el nivel de fidelidad conocido. En base a los porcentajes de turistas internacionales que declaran haber venido una, dos, tres... hasta 10 o más veces con anterioridad, podemos estimar desde 2016 (primer año de la serie de EGATUR) un promedio de al menos 6,4 viajes a España por cada turista internacional.

Dado que el gasto medio por viajero en 2024 fue de 1.345 euros, podemos estimar un valor total futuro de al menos 8.608 euros por cada turista internacional y de al menos 807.317 millones de euros de valor total futuro en gasto turístico de los turistas internacionales recibidos en 2024.

1.8 LAS CIFRAS DE TURISTAS INTERNACIONALES Y TURISTAS NACIONALES

El turismo interno, que incluye las llegadas de turistas internacionales y residentes, dentro de España, ha experimentado un crecimiento continuado en los últimos cinco años. Especialmente llamativo el volumen de llegadas de turistas internacionales, que en 2024 aumentó un 10,1% respecto a 2023 superando los 93 millones de turistas. El turismo de los residentes dentro de España descendió ligeramente (-2,3%) frente a un aumento del 12,1% del turismo hacia el exterior de España.

Turistas internacionales, nacionales y viajes de nacionales al extranjero



Fuente: Frontur y ETR. INE.

Según datos de ONU Turismo, en los últimos tres años, España ocupa el segundo puesto en el ranking de llegadas internacionales, por detrás de Francia. Así mismo, el incremento experimentado en 2024 (10,1%) es el mayor aumento de turistas entre los principales destinos del mundo.

Las llegadas internacionales de turistas han aumentado considerablemente en todas las regiones del mundo estos últimos años. En términos generales, el turismo mundial se incrementó un 12,4% en 2024, hasta alcanzar los 1.470 millones de turistas (dato provisional).

Por regiones, Asia y Pacífico es la región que más destaca por el fuerte aumento experimentado en 2024, un 33,7%, que da continuidad a la tendencia de los años anteriores.



1.9 DE DÓNDE VIENEN LOS TURISTAS INTERNACIONALES

Los principales mercados emisores internacionales de turistas hacia España se mantienen constantes a lo largo de los años, acumulando los siete primeros, el 67% del total. Reino Unido y Francia encabezan el ranking, aunque destacan los notables crecimientos de turistas procedentes de Italia (13,4%) y Estados Unidos (11,2%).

Principales mercados emisores nacionales de turistas. (Millones de personas)

PAÍS	2020	2021	2022	2023	2024	Var. Anual 2023/2022	Var. Anual 2024/2023
Reino Unido	3,2	4,3	15,1	17,3	18,4	14,2%	6,5%
Francia	3,9	5,8	10,1	11,8	12,9	16,6%	9,8%
Alemania	2,4	5,2	9,8	11,0	11,9	12,5%	8,6%
Italia	0,9	1,7	4,0	4,8	5,5	20,9%	13,4%
Países Nórdicos	1,2	1,8	4,3	4,8	5,1	11,8%	6,9%
Países Bajos	0,9	2,0	3,9	4,3	4,8	10,1%	10,7%
Estados Unidos	0,4	0,8	2,8	3,8	4,3	36,9%	11,2%
Total	18,9	31,2	71,7	85,2	93,8	18,9%	10,1%

Fuente: Frontur. INE.

1.10 ¿Y LOS TURISTAS NACIONALES?

Entre los viajes interiores realizados por los residentes de España, las comunidades autónomas que más viajes realizan hacia el interior del país son la C. de Madrid, Cataluña y Andalucía. Entre estas tres comunidades generaron el 50% de todos los viajes del año 2024. Los crecimientos observados en los viajes de 2024 son moderados respecto al año anterior, llegándose en algunos casos a descensos como en la C. Valenciana desde donde se realizaron un 6,3% menos de viajes.

Principales destinos receptores nacionales de turistas. (Millones de personas)

CCAA	2020	2021	2022	2023	2024	Var. Anual 2023/2022	Var. Anual 2024/2023
Comunidad de Madrid	16,7	22,6	28,7	29,7	30,3	3,8%	1,8%
Cataluña	14,9	23,1	25,7	25,5	25,7	-0,8%	0,9%
Andalucía	16,0	21,7	23,2	26,2	25,7	12,7%	-1,9%
Comunitat Valenciana	9,9	13,8	16,1	16,4	15,4	2,0%	-6,3%
Castilla y León	5,9	7,8	8,6	9,7	9,5	12,9%	-2,5%
País Vasco	5,3	6,7	7,5	9,0	8,7	19,0%	-3,0%
Galicia	4,6	7,0	8,0	8,3	8,5	4,1%	2,1%
Total	96,4	135,7	155,3	166,6	162,8	7,3%	-2,3%

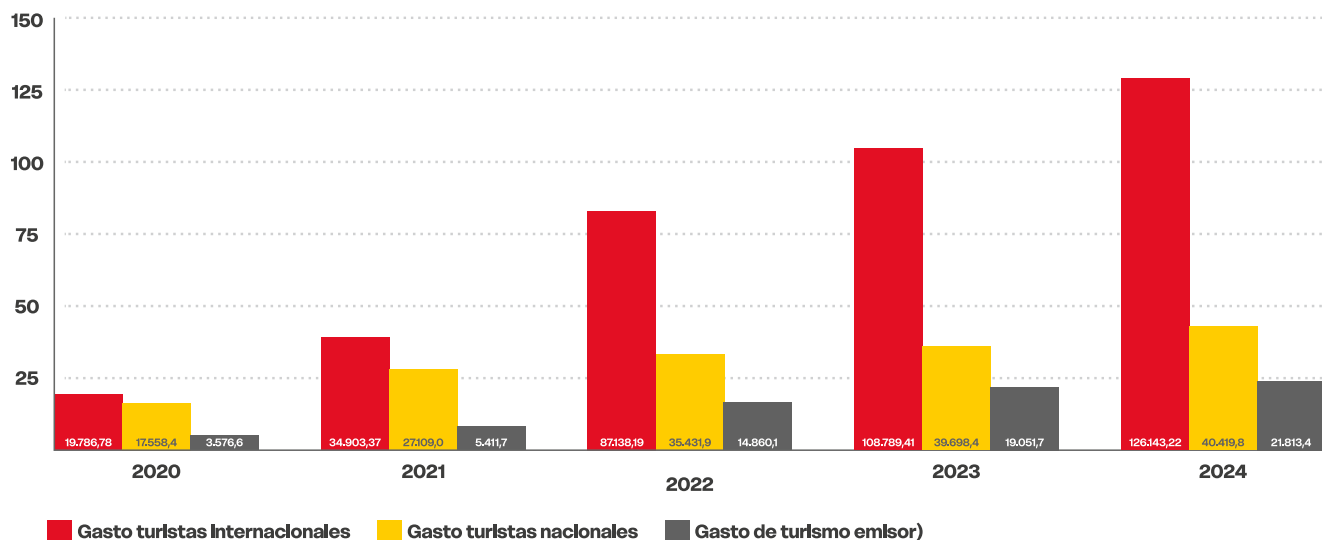
Fuente: ETR. INE.



1.11 EL GASTO DE LOS TURISTAS

El gasto de los turistas ha experimentado un crecimiento positivo en los últimos años, destacando especialmente el fuerte aumento del gasto de los turistas internacionales, que en 2024 aumentó un 16% respecto a 2023. El gasto en turismo de los residentes dentro de España aumentó ligeramente (1,8%) frente a un aumento del 14,5% del gasto en los viajes hacia el exterior de España.

Gasto de Turistas (en M€)



FUENTE: EGATUR y ETR.

1.12 AVANCES EN LA DESESTACIONALIZACIÓN, DESCONCENTRACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN

La actividad turística en España muestra signos de desestacionalización. Entre el último año previo a la pandemia (2019) y el último año completo (2024) las llegadas de turistas internacionales han crecido el doble en la temporada media y baja (16%), que en la temporada alta (8%) -junio, julio, agosto y septiembre².

Por otro lado, en lo que a desconcentración se refiere, las políticas turísticas implementadas también están dando resultados. Por ejemplo, el gasto turístico internacional ha crecido en las principales comunidades autónomas receptoras en ese mismo periodo un elevado 36%, pero en las comunidades autónomas del norte y del interior el crecimiento ha sido superior al 51%³.

Así mismo, observamos la diversificación de nuestra demanda turística. Desde el último año previo a la pandemia, si las llegadas de viajeros y viajeras con motivación principal de sol y playa han crecido un 7%, las correspondientes a motivación de estudios han crecido un 24%, las de turismo cultural lo han hecho un 33% y las de turismo gastronómico un 36%⁴.

2 FRONTUR.
3 EGATUR.
4 EGATUR.

1.13 EL RESIDENTE, UN ACTOR CLAVE

En el conjunto de España, el 65% de la población residente mayor de 18 años tiene una opinión positiva o muy positiva de los efectos del turismo en su lugar de residencia (el 27% tiene una opinión muy positiva), mientras que el 15% tiene una opinión negativa o muy negativa. Incluso en el tercil de municipios de alta intensidad, la opinión favorable o muy favorable se mantiene en el 63%, aunque la opinión negativa crece hasta el 25%.

1.14 EL TURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD

Hay un amplio consenso acerca de la necesidad de avanzar hacia un modelo turístico más sostenible en todas las acepciones del término sostenibilidad. Uno de los mayores retos para poder hacerlo es la falta de estándares comunes sobre los indicadores de medición y progreso de la sostenibilidad turística.

Recientemente se ha aprobado por la ONU un marco estadístico para la medición de la sostenibilidad del turismo (MST), en cuyo proceso de elaboración y consenso España ha sido un actor clave desde la co-presidencia del Comité de Estadísticas de ONU Turismo. Sin embargo, aunque este marco estadístico define qué es lo que ha de medirse (conceptos y estándares internacionales clave), todavía no contiene un catálogo de indicadores recomendados, por lo que uno de los principales retos de la sostenibilidad en los próximos años será el de obtener un amplio acuerdo internacional. La Comisión Europea mantiene un cuadro de mando de la actividad turística en Europa. En ese cuadro de mando España, en el año 2022, con 37,22 toneladas de CO₂ -equivalente por millón de euros en valor añadido bruto-, está por debajo de la media europea (que se sitúa en 51,39 toneladas por millón de euros) en intensidad de emisión de gases de efecto invernadero por el sector turístico (fuente: Panel de control del turismo de la UE).

01 | Datos para entender el turismo en 2025

02 | Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo

03 | Estrategia de Turismo Sostenible

04 | Plan España Turismo 2030

05 | Agradecimientos

2.1 DIEZ DOCUMENTOS IMPRESCINDIBLES

2.1.1 Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de la ONU

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es un plan de acción global adoptado por todos los Estados miembros de las Naciones Unidas en septiembre de 2015. Se adoptó mediante la resolución A/RES/70/1 de la Asamblea General de las Naciones Unidas bajo el título "Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible"⁵.

La Agenda promueve una visión transformadora del desarrollo que combina crecimiento económico, inclusión social y sostenibilidad ambiental.

El principal avance hasta la fecha, según el Informe de Progreso de los ODS 2023⁶ y en relación con la pobreza, es la reducción significativa de personas viviendo con menos de \$1.90 al día, aunque con grandes desigualdades regionales. También hay avances en alfabetización y en la reducción de la mortalidad infantil⁷. Ha habido un aumento de los compromisos nacionales en materia de energía renovable, eficiencia energética y mitigación del cambio climático. No obstante, los progresos siguen siendo insuficientes para limitar el calentamiento global a 1.5°C, como establece el Acuerdo de París⁸. Por otro lado, se han logrado mejoras en la participación política de las mujeres y en el acceso a educación, pero la violencia de género y la brecha salarial persisten como grandes desafíos⁹.

En materia de turismo, ONU Turismo, a través de la plataforma [Turismo y los ODS](#) (Tourism4SDGs), impulsa el intercambio de conocimientos, buenas prácticas y recursos sobre cómo el turismo puede contribuir al desarrollo sostenible a nivel global, nacional y local. *Tourism4SDGs* enfatiza la cooperación entre sectores y niveles de gobernanza para lograr un turismo que beneficie tanto a las comunidades locales como al medio ambiente, de forma alineada con la Agenda 2030.

La Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030 de España¹⁰, aprobada a iniciativa del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, es el marco nacional para implementar la Agenda 2030 de la ONU.

2.1.2 Programa de Turismo Sostenible One Planet de ONU Turismo

El *Programa de Turismo Sostenible de One Planet*¹¹ fue lanzado en 2015 como parte de la iniciativa más amplia One Planet Network, creada para implementar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: "Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles". Está coordinado por ONU Turismo y cuenta con el apoyo institucional del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

El Programa de Turismo Sostenible de One Planet define líneas prioritarias a largo plazo para transformar el turismo a través de patrones sostenibles de consumo y producción. Actúa como una plataforma multilateral de referencia para orientar políticas públicas, alianzas y proyectos internacionales en sostenibilidad turística.

Busca transformar el sector turístico en un motor para el desarrollo sostenible a través de la promoción de políticas y gobernanza del turismo sostenible, la adopción de prácticas de consumo y producción sostenibles, y la monitorización efectiva para la reducción de la pobreza y el impulso al desarrollo.

5 ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2015). [Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible \(Resolución A/RES/70/1\)](#).

6 ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2023). [Progress towards the Sustainable Development Goals: Report of the Secretary-General](#).

7 UNESCO (2022). [Global Education Monitoring Report 2022](#).

8 Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). [Sixth Assessment Report](#).

9 ONU MUJERES (2023). Gender snapshot 2023: [Progress on the Sustainable Development Goals](#).

10 MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030 (2021). [Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030 de España](#).

11 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (s.f.). [One Planet | ONU Turismo](#).



Entre sus iniciativas más relevantes, además de la Declaración de Glasgow sobre Acción Climática en turismo, está la Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos (*Global Tourism Plastics Initiative, GTP*)¹².

2.1.3 El Pacto Verde Europeo

La Agenda Verde Europea, formalmente conocida como el *Pacto Verde Europeo* (*European Green Deal*), es la hoja de ruta establecida por la Comisión Europea en diciembre de 2019 para transformar la economía de la Unión Europea en una economía moderna, eficiente en el uso de recursos y competitiva, con el objetivo final de alcanzar la neutralidad climática en el año 2050¹³. Este pacto tiene el objetivo de integrar la sostenibilidad en todas las políticas de la UE, promoviendo una transición justa y ecológica para todos los Estados miembros. Entre sus áreas clave se incluyen: la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, el impulso de las energías renovables, la eficiencia energética, la economía circular, la protección de la biodiversidad y la movilidad limpia.

También incorpora mecanismos de apoyo financiero, como el Mecanismo para una Transición Justa, para garantizar que ningún territorio ni colectivo quede atrás.

Como parte de la Agenda Verde Europea se aprueba el paquete «Objetivo 55»¹⁴ que integra propuestas para revisar la legislación de la Unión Europea relacionada con el clima, la energía y el transporte y poner en marcha nuevas iniciativas legislativas con el objetivo de reducir las emisiones en al menos el 55% con horizonte en 2030.

2.1.4 Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo

La Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo¹⁵ es una iniciativa global lanzada en noviembre de 2021 durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26). Su objetivo es movilizar a todos los actores del sector turístico para acelerar la acción climática y lograr una reducción significativa de las emisiones de gases de efecto invernadero. La declaración establece metas claras: reducir a la mitad las emisiones del turismo de cara al año 2030 y alcanzar emisiones netas cero lo antes posible, y siempre antes de 2050. Para ello, los signatarios se comprometen a desarrollar e implementar planes de acción climática en un plazo de 12 meses desde la firma, alineados con cinco vías de acción: medición, descarbonización, regeneración, colaboración y financiación.

Desde su lanzamiento, la declaración ha sido respaldada por más de 850 organizaciones de todo el mundo, incluyendo gobiernos, empresas turísticas, asociaciones y entidades académicas¹⁶. Estas organizaciones han presentado planes de acción climática e informes anuales sobre sus progresos, demostrando un compromiso activo con la sostenibilidad y la resiliencia del sector.

La iniciativa ha sido reconocida por la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) como una herramienta clave para impulsar la acción climática en el turismo.

2.1.5 Itinerario de Transición para el Turismo

Enmarcado en la Estrategia Industrial de la Comisión Europea, el *Itinerario de Transición para el Turismo Europeo*¹⁷ detalla las medidas necesarias para acelerar las transiciones, ecológica y digital, y mejorar la resiliencia del ecosistema turístico europeo.

¹² UNWTO, PNUMA, & FUNDACIÓN ELLEN MAC ARTHUR (2020). [Global Tourism Plastics Initiative](#).

¹³ COMISIÓN EUROPEA (2019). [El Pacto Verde Europeo](#).

¹⁴ COMISIÓN EUROPEA (2021). [Paquete "Objetivo 55" para cumplir el Pacto Verde Europeo](#).

¹⁵ ONU TURISMO (2021). [Declaración de Glasgow sobre la Acción Climática en el Turismo](#).

¹⁶ ONE PLANET NETWORK (s. f.).

¹⁷ EUROPEAN COMMISSION (2022). [Transition Pathway for Tourism](#).

El documento subraya la importancia de un enfoque integral que tenga en cuenta las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la sostenibilidad, identificando áreas prioritarias para la acción.

Gracias a su implementación se han logrado avances significativos en sostenibilidad, digitalización y resiliencia del sector. En el ámbito medioambiental, se han desplegado iniciativas orientadas a la reducción de la huella ecológica del turismo, especialmente mediante mejoras en la movilidad, la eficiencia energética y la gestión de residuos. Asimismo, numerosos destinos y empresas han adoptado prácticas de economía circular, fomentando la reutilización de recursos, el consumo responsable y la eficiencia operativa. A estos esfuerzos, se suma la promoción de sistemas de etiquetado y certificación ambiental, como los sellos verdes, que permiten medir y comunicar el compromiso ambiental asumido por los distintos actores turísticos. En cuanto a la transformación digital, se avanza en la construcción de espacios europeos comunes de datos turísticos, destinados a facilitar un intercambio seguro y eficaz de información entre destinos, empresas y autoridades.

Según el segundo informe de seguimiento publicado por la Comisión Europea en mayo de 2025, es necesario avanzar para superar problemas estructurales y retos persistentes, como la limitada financiación, la baja participación de ciertos sectores y la necesidad de reforzar la coordinación entre niveles institucionales.

Desde este informe se parte hacia el diseño de la futura Estrategia Europea de Turismo Sostenible 2026¹⁸, cuya consulta pública se cerró recientemente, con el fin de orientar políticas más eficaces y adaptadas a las realidades del ecosistema turístico.

2.1.6 Agenda Europea del Turismo

La *Agenda Europea para el Turismo 2030* es un marco político de alto nivel y de carácter estratégico que define la visión y prioridades del turismo europeo hasta 2030 y que fue adoptada por el Consejo de la Unión Europea el 1 de diciembre de 2022¹⁹.

Establece un plan de trabajo plurianual compuesto por acciones voluntarias dirigidas a los Estados miembros, autoridades públicas, la Comisión Europea y demás actores del ecosistema turístico.

Estas acciones se estructuran en torno a cinco áreas prioritarias: un marco de actuación propicio y una gobernanza eficaz, que busca fortalecer la cooperación entre los distintos niveles de gobierno y las partes interesadas; la transición verde, orientada a promover prácticas sostenibles que reduzcan la huella ecológica del turismo y fomenten la economía circular; la transición digital, con el objetivo de impulsar la adopción de tecnologías que mejoren la competitividad del sector y la experiencia del visitante; la resiliencia e inclusión, centrada en aumentar la capacidad del sector para enfrentar crisis futuras y garantizar la equidad y accesibilidad en los servicios turísticos; y, finalmente, el fortalecimiento de capacidades y apoyos, mediante el desarrollo de competencias clave en la fuerza laboral para facilitar su adaptación a los retos de la transformación sostenible y digital. Las actuaciones buscan guiar al turismo europeo hacia un modelo más equilibrado, innovador y alineado con los objetivos del desarrollo sostenible.

¹⁸ EUROPEAN COMMISSION (2025). [Progress report released on the Transition Pathway for Tourism](#).

¹⁹ CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA (2022). [Agenda Europea para el Turismo 2030](#).



2.1.7 La Declaración de Palma

La *Declaración de Palma*: “El camino hacia la sostenibilidad social del turismo en la UE” es un documento adoptado el 31 de octubre de 2023 durante una reunión informal de ministros de Turismo de los Estados miembros de la Unión Europea, celebrada en Palma (Mallorca) bajo la Presidencia española del Consejo de la UE.

La Declaración de Palma recoge el compromiso de los Estados miembros de la Unión Europea para fomentar un entorno favorable al desarrollo del turismo, con especial atención a las pymes, microempresas y agentes de regiones rurales, despobladas o ultraperiféricas. Se promueve la cooperación entre países mediante el intercambio de buenas prácticas y la ejecución de proyectos transfronterizos, en coherencia con la senda de transición para el turismo y la Agenda Europea de Turismo 2030. Además, se aboga por un turismo responsable y sostenible, sustentado en estrategias integrales que equilibren las dimensiones económica, social y medioambiental.

La declaración también impulsa la investigación, la innovación tecnológica y el aprovechamiento del espacio europeo de datos turísticos para mejorar la competitividad, la experiencia del visitante y el valor añadido del destino, situando siempre el bienestar de los residentes locales como eje central del desarrollo turístico. La Declaración de Palma representa un paso significativo hacia la integración de la sostenibilidad social en las políticas turísticas de la Unión Europea, promoviendo un enfoque equilibrado que beneficie tanto a las comunidades locales como al sector turístico en su conjunto.

2.1.8 Marco estadístico para la medición del turismo sostenible (MST)

El Marco Estadístico para la Medición de la Sostenibilidad del Turismo (MST) es una herramienta internacional desarrollada por ONU Turismo en colaboración con la División de Estadística de las Naciones Unidas (UNSD). Su objetivo es proporcionar un marco coherente y armonizado para medir los impactos del turismo en las dimensiones económica, social y ambiental, tanto a nivel nacional como subnacional. Este marco busca superar las limitaciones de las estadísticas turísticas tradicionales, que se centraban en indicadores económicos como el PIB, incorporando métricas que reflejen aspectos clave del desarrollo sostenible.

En marzo de 2024, los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron oficialmente el MST durante el 55º período de sesiones de la Comisión de Estadística de la ONU²⁰. Esta adopción marca un hito significativo al establecer una norma internacional para evaluar la sostenibilidad del turismo de manera integral.

El trabajo comenzó hace varios años y ha contado con la participación de 44 países y más de 30 organizaciones internacionales. Se ha basado en 29 estudios piloto en diferentes países y en múltiples ruedas de consulta. España, a través de Turespaña, ha copresidido con Austria el Grupo de trabajo que ha liderado este trabajo.

²⁰ ONU TURISMO (2024). [Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism \(SF-MST\): Final Draft](#).

2.1.9 La Declaración de Madrid - CONESTUR

La *Declaración de Madrid*²¹, adoptada el 9 de octubre de 2024 en el marco del Consejo Español de Turismo (CONESTUR), representa un compromiso conjunto del Gobierno de España, comunidades autónomas, entidades locales y a las personas trabajadoras, profesionales y empresas del sector, al tiempo que establece una hoja de ruta para conseguir que el turismo:

- Siga siendo un instrumento para el bienestar de las personas y aumente su valor para la ciudadanía de las sociedades de acogida.
- Construya destinos priorizando a sus habitantes y respetando la gran diversidad de nuestro país.
- Contribuya a respetar y sea un factor de regeneración del planeta, convirtiendo a nuestro país en el ejemplo de turismo medioambientalmente sostenible.
- Mejore su capacidad de generar y distribuir prosperidad económica.
- Profundice en los procesos de gobernanza colaborativa de todos los actores del ecosistema turístico.

Para ello, los firmantes se comprometieron a mantener un diálogo permanente entre los diferentes actores representados en el CONESTUR, trabajar en una agenda estratégica compartida alineada con lo expresado y con la mejora de la sostenibilidad económica, social y ambiental del turismo y avanzar en un turismo responsable y sostenible en cada uno de los destinos del país que priorice el bienestar de la ciudadanía como elemento irrenunciable en el turismo español.

2.1.10 Estrategia de la Unión Europea para el Turismo Sostenible

La Comisión Europea está elaborando una nueva Estrategia de Turismo Sostenible de la Unión Europea²². Se identifican tres retos principales. El primero se refiere a los flujos turísticos desequilibrados: mientras algunos destinos enfrentan una saturación por el turismo de masas, otros no consiguen atraer la cantidad de visitantes que desearían. El segundo reto se asocia a la climatología extrema, inflación, guerras, pandemias o desastres naturales que ponen en riesgo la actividad turística. Y el tercero tiene que ver con la creciente competencia global, mientras la UE se sostiene gracias al mercado doméstico.

Asimismo, esta nueva Estrategia quiere alinearse con la Agenda 2030 y pretende servir para mejorar la competitividad del ecosistema mediante el refuerzo de la sostenibilidad, las capacidades, la financiación y los datos. También busca empoderar a las autoridades y comunidades de gestión turística, además de fortalecer la comunicación y el *branding*. En definitiva, la nueva Estrategia de turismo de la UE servirá para apuntalar el liderazgo global de la UE en materia turística.

21 CONESTUR (2024) [Declaración de apoyo al turismo responsable](#).

22 EU 2026 [Sustainable Tourism Strategy](#).



2.2 LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO EN ESPAÑA

El turismo es un fenómeno social complejo. Es, al mismo tiempo, un sector de la economía, una práctica social y una experiencia individual. Además, está profundamente relacionado con diversas tendencias de cambio global.

El turismo como sector económico

Como sector de la economía, el turismo es uno de los más relevantes y estratégicos de España, con una importante contribución al desarrollo económico, a la creación de empleo y a la cohesión territorial y social. Además, tiene un efecto multiplicador y de arrastre en el conjunto de la economía española, atrayendo una mayor inversión en otros sectores y el desarrollo de empresas proveedoras de servicios y/o suministros que, a su vez, generan puestos de trabajo e inversión adicional²³. Todos los datos sitúan a España como uno de los principales líderes mundiales en turismo, aunque este escenario de éxito convive con importantes desafíos. Algunos son globales y están ligados a la evolución de la actividad y otros son desafíos específicos del modelo turístico español.

El turismo como práctica social

El turismo ocurre en territorios concretos que llamamos destinos, concepto elusivo y flexible, en términos de escala, y que no siempre coincide con los límites administrativos. Estos destinos tienen sus propias dinámicas ligadas a la vida de sus residentes, a las que se suman las generadas por los residentes ocasionales que son los turistas. Esto explica su profunda transversalidad: el turismo moviliza un número casi ilimitado de aspectos que lo condicionan y que dependen de los actores públicos que gestionan los destinos, como la movilidad, la sanidad, las comunicaciones, las infraestructuras, la seguridad ciudadana o la cultura, entre otros. Las organizaciones de gestión de destinos, según ONU Turismo, han ampliado su ámbito de actuación, superando el papel tradicional de marketing y promoción para convertirse en organizaciones gestoras de sus territorios²⁴.

Esta compleja relación entre procesos públicos y privados y entre actores de diversa naturaleza lo convierte en un fenómeno complejo, en el que inevitablemente existen espacios de confluencia de valores diferentes. Además, según ha ido evolucionando la actividad, se han incorporado diversos y exigentes estándares que el turismo debe satisfacer: ha de ser una actividad competitiva en términos empresariales y económicos; debe ser sostenible cultural, social y medioambientalmente; tiene que gestionarse inteligentemente y ofrecer servicios y experiencias de calidad, integradoras y accesibles a todos y todas; y ha de permitir la participación del conjunto de ecosistema, incluidos los residentes, en su gobernanza.

El turismo como experiencia individual

La práctica y disfrute del turismo se ha convertido en el consumo preferente de la ciudadanía del planeta. En este sentido, el crecimiento de la clase media en varios países explica la tendencia de crecimiento del turismo a nivel mundial y su reflejo en España. También en nuestro país, a medida que aumentan sus ingresos, los y las ciudadanas asignan una proporción creciente de estos al turismo²⁵.

23 CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA (2025). [Impacto de la actividad turística en el conjunto de la economía española](#).

24 ONU TURISMO (s. f.). [Directrices de ONU Turismo para el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos \(OGD\) – Preparando las OGD de cara a nuevos retos](#).

25 CAIXA BANK (2023). [Balance y perspectivas del sector turístico español: solidez y resiliencia](#).

El turismo como fenómeno ligado a las tendencias de cambio global

Este fenómeno social está profundamente relacionado con las grandes tendencias que marcan el desarrollo de los próximos años. Según el análisis de la Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia del Gobierno de España, hay dos factores que impactarán de manera especial sobre el turismo: la demografía y la distribución de la población en el territorio.

Las tendencias demográficas más relevantes son el envejecimiento y el crecimiento de la población²⁶. La intensificación del denominado envejecimiento activo aumentará el número de personas que querrán practicar ocio y turismo, pero también implicará tener en cuenta nuevas necesidades ligadas a las características de este perfil de población. Esta tendencia tiene un claro impacto en el empleo y, por tanto, en el empleo turístico. En 2050, 1 de cada 3 españoles tendrá 65 años o más, y por cada persona en esta franja de edad habrá solo 1,7 personas en edad de trabajar, siendo hoy del 3,4. Para neutralizar esta pérdida de fuerza laboral, habrá que aumentar las tasas de empleo de las mujeres, las personas jóvenes y las mayores de 55 años; incentivar la migración legal, regulada y ordenada; y potenciar la recuperación y atracción de talento²⁷.

También se confirma la tendencia de que se mantenga y profundice el proceso de urbanización y distribución de la población en el territorio que se observa en los últimos años. Se estima que, en 2050, el 88% de nuestra población vivirá en ciudades y que la proporción de población residente en núcleos urbanos seguirá aumentando, pudiendo pasar de representar el 80% del total actual al 88% en 2050²⁸. Esto supone el incremento de la presión sobre los destinos urbanos y litorales, ante lo que resulta clave la coordinación de las políticas turísticas y las de reto demográfico.

Nuevos valores, tendencias sociales y cambios tecnológicos, pueden condicionar y están condicionando el contexto. Esto exige plantearse, de manera colectiva, cómo debe evolucionar el actual modelo turístico y qué nuevos conceptos, propuestas y procesos permitirán a España adaptarse a las necesidades, retos y desafíos que plantea el futuro para seguir en la senda de liderazgo mundial, que tanta prosperidad ha procurado al país y su ciudadanía.

El turismo como vector estratégico de España

El turismo es una de las principales cartas de presentación de España en el mundo, un sector que no solo impulsa la economía nacional, sino que proyecta la identidad cultural, la competitividad y la capacidad de innovación de nuestro país. La Estrategia de Acción Exterior de España 2025-2028 otorga al turismo un papel fundamental, reconociéndolo como instrumento de diplomacia económica y cultural estrechamente ligado a la proyección exterior española²⁹.

De este modo, como actividad de alcance global, constituye un vector estratégico de influencia y de generación de confianza, que amplifica el poder blando de España y refuerza su presencia en la Unión Europea y en los foros internacionales. Por tanto, es conveniente que no se pierda de vista que el turismo constituye un eje central de la acción exterior de España, en tanto que combina la proyección cultural y territorial de nuestro país con su apertura económica y comercial.

La capacidad de atraer visitantes internacionales no solo refuerza nuestra posición global, sino que multiplica las oportunidades de inversión, cooperación e intercambio, consolidando a España como un país abierto, moderno y competitivo. Esta capacidad de atracción está íntimamente vinculada con la proyección más amplia de España y de la Unión Europea en el mundo, especialmente en la

26 OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021) [España 2050. 5º Desafío. Preparar nuestro estado de bienestar para una sociedad más longeva.](#)

27 OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021) [España 2050. 7º Desafío. Resolver las deficiencias de nuestro mercado de trabajo y adaptarlo a las nuevas realidades sociales, económicas y tecnológicas.](#)

28 OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021) [España 2050. 6º Desafío. Promover un desarrollo territorial equilibrado, justo y sostenible.](#)

29 MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN (2025). [Estrategia de Acción Exterior de España 2025-2028.](#)



consolidación de los lazos con América Latina y el Caribe, en el fortalecimiento de las relaciones con los Estados miembros de la Unión y en la vecindad europea, donde el turismo se convierte en una herramienta de conexión, confianza y visibilidad.

El diagnóstico que se presenta es un panorama sucinto de los elementos que forman parte del turismo y que merecen nuestra atención. Estos elementos se ordenan respecto a las tres dimensiones de la sostenibilidad: la sostenibilidad económica, la social y la medioambiental, tomando como referente los asuntos que se incluyen, en cada una de ellas, en el marco estadístico para la medición del turismo sostenible aprobado por Naciones Unidas³⁰.

2.2.1 Dimensión económica

Como se ha expuesto, España es uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial, concentrando un total de 93,76 millones de turistas internacionales en el año 2024³¹, lo que representa un aumento de 10,1% con respecto al año 2023, y un 12,3% con relación a 2019. El gasto total realizado por los turistas internacionales que visitaron España en el año 2024 alcanzó 126.143 millones de euros, con un crecimiento del 16% con respecto a 2023 y un 37,2% respecto a 2019³².

La contribución económica del turismo en España en 2023³³ fue de 184.002 millones de euros, lo que supone un 12,3% del PIB total del país. En 2024 el promedio mensual de afiliación a la Seguridad Social en Turismo fue de 2,8 millones de puestos de trabajo, es decir, el 13,2% del empleo total en el país. Se señalan varios elementos que podrían contribuir a mantener este dinamismo de la actividad: la liberalización de la oferta ferroviaria peninsular; la previsión de una participación creciente en los flujos turísticos de las economías emergentes asiáticas; el incremento de los turistas de países colindantes, y de los viajeros de edad avanzada, así como aquellos con mayor disponibilidad de tiempo libre y flexibilidad en los modelos de trabajo presenciales tras la pandemia.

A la hora de analizar la distribución sectorial del flujo de inversiones extranjeras directas en el año 2024, se aprecia que el sector turístico presenta una inversión aproximada de 2.720 millones de euros brutos³⁴, lo que representa aproximadamente el 7,2% de la inversión extranjera directa en España.

Finalmente, dada su transversalidad, los efectos del turismo se extienden más allá del propio sector, impulsando la diversificación económica y fomentando el crecimiento de otros sectores, como el transporte, los servicios financieros, el *retail* o los servicios culturales, entre otros. Este hecho ha contribuido a la diversificación de sectores tradicionales como la agricultura, la pesca, la acuicultura y la industria, aumentando así su competitividad en el mercado global.

La reflexión sobre la sostenibilidad económica del sector exige pensar sobre los dos grandes pilares de la actividad turística: las empresas turísticas y los destinos. Además, es necesario considerar otros factores que influyen en la mejora de la competitividad económica de ambos: el talento, la formación y la fidelización del empleo; la transición digital; la innovación del producto turístico y el concepto de experiencia y la conectividad, intermodalidad y movilidad.

30 ONU TURISMO (2024). [Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism \(SF-MST\): Final Draft](#).

31 INE. Datos de Frontur y Egatur.

32 INE. Datos de Frontur y Egatur.

33 INE. CST Datos corrientes, 2023.

34 MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA. [DataInVex](#).

Las empresas turísticas

Un problema clásico cuando se habla sobre el sector turístico es la dificultad para establecer los límites de este. En este sentido, los trabajos sobre ecosistemas industriales de la Comisión Europea avanzan en cuantificar las interdependencias entre las industrias y competencias, utilizando datos de estadísticas oficiales y la clasificación NACE rev. 2. Sobre el ecosistema industrial del turismo se propone el concepto de «intensidad turística» para explicar la relación entre distintas actividades y el turismo, tomando como ejemplo el sector de la alimentación y las bebidas, ya que un restaurante también ofrece sus servicios a los ciudadanos locales. Esto lo denominan interdependencias interindustriales y proponen la siguiente intensidad asignada a cada una de ellas.

Intensidad turística de empresas relacionadas con el turismo		
NACE_R2	Descripción	Cuota
H49	Transporte terrestre y transporte por tuberías	0,45
H50	Transporte acuático	0,22
H51	Transporte aéreo	0,91
I	Actividades de alojamiento y restauración	1
79	Agencias de viajes, operadores turísticos y otros servicios de reserva y actividades relacionadas	1
N82	Actividades administrativas y de apoyo a las oficinas y otras actividades de apoyo a las empresas	1
R90-R92	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento; bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; actividades de juego y apuestas	0,66
R93	Actividades deportivas y actividades de ocio y recreativas	1

Fuente: eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021SC0351.

Las características de las empresas turísticas españolas determinan la sostenibilidad económica de la actividad. En este sentido, la característica más relevante es la reducida dimensión de las empresas turísticas³⁵. El ecosistema empresarial turístico se encuentra compuesto en su gran mayoría por pymes y microempresas.

³⁵ En España se consideran como actividades características del turismo a las siguientes ramas de actividad según la CNAE 2009: 55 y 56 Hostelería, 491 Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril, 493 Otro transporte terrestre de pasajeros, 501 Transporte marítimo de pasajeros, 503 Transporte de pasajeros por vías navegables interiores, 511 Transporte aéreo de pasajeros, 522 Actividades anexas al transporte, 791 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos, 7711 Alquiler de automóviles y vehículos de motor ligeros, 7734 Alquiler de medios de navegación, 7735 Alquiler de medios transporte aéreo, 7990 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos, 900 Actividades de creación, artísticas y espectáculos, 910 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales, 931 Actividades deportivas, 932 Actividades recreativas y de entretenimiento.



Intensidad turística de empresas relacionadas con el turismo				
	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
Servicios de alojamiento	84,80%	12%	2,60%	0,60%
Actividades de provisión de alimentos y bebidas	95,10%	4,50%	0,30%	0,10%
Actividades inmobiliarias	97,70%	2%	0,20%	0,10%
Alquiler de vehículos de motor	92,80%	5,30%	1,30%	0,60%
Actividades de agencias de viajes	93,17%	5,70%	5,70%	0,25%
Industria cultural	90,20%	8,40%	1,10%	0,30%
Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	85,80%	12,30%	1,60%	0,30%
Transporte por ferrocarril	0%	22,20%	33,30%	44,50%
Transporte terrestre de pasajeros	95,70%	3,50%	0,50%	0,30%
Transporte marítimo y por vías navegables interiores	65,40%	21,10%	9,20%	4,30%
Transporte aéreo de pasajeros	27,90%	25,30%	7,20%	27,90%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023).

Esto supone dificultades para aprovechar las economías de escala, favorecer la innovación, acceder a fuentes de financiación diversificadas e invertir en la formación continuada de las personas trabajadoras.

En 2024, el 93,87 % de las empresas turísticas o no tenían personal o eran microempresa y solamente el 5,43 % del total entraba en el grupo de pequeña empresa. La suma de mediana y gran empresa no supera el 0,7% del total nacional³⁶.

36 INE (2024) Cuenta Satélite de Turismo.

Porcentaje del tamaño de las empresas por rama de actividad (2023) (Porcentaje)					
	Sin asalariados	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
Alojamiento para visitantes (H)	37,9	52,3	7,6	1,8	0,4
Alojamiento para visitantes (ALQ)	26,7	26,7	0,6	0,0	0,0
Actividades de provisión de alimentos y bebidas	23,2	23,2	3,9	0,3	0,1
Alquiler de equipos de transporte	57,7	39,2	2,4	2,4	0,2
Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas	56,3	39,2	2,4	0,4	0,2
Actividades de creación, artísticas y espectáculos	80,1	17,5	2,2	0,2	0,0
Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales	57,7	34,6	34,6	1,1	0,2
Actividades de juegos de azar y apuestas	36,7	59,4	3,2	0,5	0,2
Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	40,6	50,6	7,9	0,8	0,2
Transporte por ferrocarril	0,0	0,0	33,3	33,3	50,0
Transporte terrestre de pasajeros	64,4	33,9	1,3	0,2	0,1
Transporte marítimo y por vías navegables interiores	21,3	71,7	6,2	0,4	0,4
Transporte aéreo de pasajeros	36,2	38,4	11,3	8,5	5,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024).

El número de personas autónomas que desarrollan su actividad en el sector supuso aproximadamente el 18% de los afiliados en 2024³⁷, dato superior a la media de personas autónomas del conjunto de la economía (16%). A su vez, si desagregamos las personas autónomas por las principales ramas de actividad se puede apreciar que en Hostelería representa el 63,8% (Servicios de alojamiento 4,6% y Servicios de comidas y bebidas 59,2%) y el transporte de viajero representa el 13,3% del total, mientras el 23% restante está distribuido en el resto de las ramas de actividades turísticas.

El reducido tamaño de las empresas puede condicionar la capacidad de respuesta a retos emergentes, como la transformación digital, aunque también es un valor por la capacidad del sector para fomentar el desarrollo local y potenciar la distribución de la riqueza, ya que el mayor porcentaje de la actividad se desarrolla por empresas locales. En todo caso, resulta necesario llevar a cabo políticas para facilitar la adaptación de dichas empresas a las nuevas tendencias y mitigar así el riesgo de no contar con las capacidades necesarias.

En la actualidad, existen iniciativas diversas impulsadas por el Gobierno de España, en el marco de la UE, para apoyar los procesos de transición digital. Los centros de innovación digital³⁸, los PERTE, o la RIS3 pretenden facilitar la participación de pymes y microempresas en procesos tecnológicos avanzados y abordar de forma más estructurada los retos de costes, talento y escalabilidad de soluciones digitales con impacto real en la competitividad del sector. El reto es que las empresas turísticas se incorporen a estos programas.

³⁷ MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO.

³⁸ [Centros de Innovación Digital](#).



Destinos turísticos diferenciados

Los destinos turísticos españoles son muy heterogéneos y presentan un nivel de desarrollo, madurez y especialización muy variado.

Las necesidades y capacidades de los destinos turísticos difieren según su etapa de desarrollo, exigiendo respuestas diferenciadas. El origen del crecimiento turístico del siglo XX se asoció al turismo vacacional y al turismo de sol y playa. En el litoral de la costa mediterránea y en ambos archipiélagos, varios municipios inician la senda de un rápido crecimiento y, desde entonces, transitan por una trayectoria en donde se combinan de manera diversa los momentos de consolidación y estancamiento con los de redefinición, recualificación, o reposicionamiento competitivo. Según fuentes del sector, los destinos de sol y playa atraen el 66,8% de la demanda turística que visita España y en ellos se localiza el 58,5% de oferta alojativa tradicionalmente reglada, conformando el principal pilar del sector turístico³⁹.

Estos destinos iniciaron su desarrollo en un contexto con valores diferentes a los actuales. En algunos casos es necesario acometer reformas que les permitan incorporar cuestiones demandadas por la sociedad de hoy en día, como la sostenibilidad ambiental, los cambios tecnológicos o los socioculturales, ligados a una nueva mirada turística o al surgimiento de una práctica del ocio.

Junto a ellos, encontramos destinos que se consolidaron en la década de los ochenta, más ligados a la idea de cultura o de turismo rural. Y otros que han aparecido más recientemente, en otros contextos.

De acuerdo con sus características geográficas, urbanas y recursos turísticos principales, se proponen las siguientes categorías⁴⁰:

Destinos de sol y playa

Son pioneros de la oferta vacacional y han marcado el posicionamiento exterior del turismo español. A pesar del notable aumento en los últimos años de otras modalidades, los destinos de sol y playa actualmente suponen un porcentaje muy significativo de la demanda turística en España. Puede diferenciarse entre **destinos de sol y playa muy internacionalizados** y **destinos de sol y playa mixtos/residenciales**.

Los primeros, impulsados por una fuerte demanda exterior, constituyen un modelo con una intensa ocupación de territorio, alta densidad turística, gran presencia de oferta de alojamiento, y concentran gran parte de las pernoctaciones turísticas internacionales con una demanda relativamente desestacionalizada, dependiendo de la región. Los turoperadores aún juegan un papel muy importante en los flujos turísticos que reciben estos destinos.

Los segundos están menos orientados a la demanda internacional. Las segundas residencias dominan la oferta de alojamiento. Estos destinos necesitan repensarse para configurar una oferta más rica e integradora que aporte valor añadido a su modelo de turismo, permitiendo el reposicionamiento y la incorporación de zonas próximas del interior rural en sus dinámicas.

³⁹ Exceltur (2024). SolYTUR 2024.

⁴⁰ Secretaría de Estado de Turismo (2021). [Estrategia Sostenibilidad Turística en Destinos](#).

Destinos turísticos rurales

Son aquellos en los que se desarrollan actividades turísticas en entornos no urbanos con las siguientes características: baja densidad demográfica, paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura, ganadería y silvicultura, y con estructuras sociales y formas de vida más ligadas a los modelos tradicionales⁴¹.

Una mejor integración de este inmenso territorio en el sistema turístico español es decisiva para el cumplimiento de los objetivos de la política turística y de reto demográfico, contribuyendo a la desestacionalización, la desconcentración y la distribución de la renta turística por todo el país.

Como subtipos se incluyen **espacios naturales** y **destinos de alta montaña**, que necesitan reformular sus modelos de uso público para ajustar su capacidad de acogida y mejorar la rentabilidad de sus productos turísticos; **zonas rurales con identidad turística**, afectadas por el proceso de despoblación y cuya base económica principal es el sector primario; y **destinos rurales costeros**, formados por municipios de costa que cuentan con un hábitat disperso en zonas de costa con baja presencia turística y particularmente vulnerables a un desarrollo turístico no planificado.

Destinos urbanos

El turismo urbano es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con atributos caracterizados por una economía no agrícola, en la que la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios son las actividades básicas y donde su posición de nodo de transporte es un elemento crítico⁴². Concentran aproximadamente un cuarto de la demanda turística internacional hacia España. De hecho, un alto porcentaje de las empresas turísticas están instaladas en los grandes municipios. Las ciudades son, además, las principales vías de acceso al país, por sus aeropuertos.

Dentro de esta tipología, se distinguen, por un lado, los **destinos urbanos** propiamente dichos. Son ciudades de más de 150.000 habitantes con un fuerte perfil turístico, en las que es preciso generar y reforzar un modelo turístico sostenible, acorde con su capacidad de carga. Por otro lado, las **ciudades con identidad turística**, destinos con una población entre 150.000 y 20.000 habitantes, con alta concentración de recursos con potencialidad turística que presentan necesidades comunes, como una congestión intermitente en el uso de recursos emblemáticos de la ciudad o poca fortaleza en las organizaciones de gestión del destino.

Esta diversidad de destinos condiciona también las acciones que se impulsan para gobernar los entornos urbanos o rurales en los que se desarrolla el turismo. Desde la perspectiva de las políticas urbanas se fomenta la elaboración de planes estratégicos en ciudades y núcleos rurales con la metodología de la Agenda Urbana Española y se incluye como objetivo específico "fomentar el turismo inteligente, sostenible y de calidad y los sectores clave de la economía local" (objetivo específico 7.2)⁴³.

Destinos seguros

La seguridad es un factor de competitividad clave en el turismo. El Ministerio del Interior impulsa el Plan Turismo Seguro a través de la Secretaría de Estado de Seguridad. Este plan incluye medidas preventivas dirigidas tanto a visitantes como a profesionales del sector, con refuerzos de seguridad

41 ONU TURISMO (2023). [Desarrollo de productos. Turismo rural](#).

42 ONU TURISMO (2023). [Desarrollo de productos. Turismo urbano](#).

43 MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA. [Agenda Urbana Española](#).



en zonas de gran afluencia, campañas informativas, los SATE (Servicios de Atención al Turista Extranjero víctima de delito) y la colaboración con policías de otros países, logrando un impacto positivo en la protección de los viajeros y viajeras.

Además, se desarrollan planes operativos temporales, como la Operación Verano, en destinos con alta concentración de visitantes durante la temporada estival, con el objetivo de intensificar la prevención y garantizar la seguridad ciudadana.

En todo caso, el incremento de los movimientos de población y de la actividad turística exige estar atentos y adoptar medidas ante problemas como la prostitución ligada a las actividades de ocio o la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes⁴⁴.

Del capital humano al talento

El sector turístico se caracteriza principalmente por la intensidad de capital humano necesario para llevar a cabo su actividad.

En el segundo trimestre del 2025 el sector turístico empleó en España de forma directa a más de 3 millones de personas, lo que supuso un 13,8% del total de las personas empleadas en el territorio español, convirtiéndose en uno de los países más especializados a nivel mundial.

Los gastos de personal de las empresas turísticas suponen cerca del 30% de su cifra de negocio, frente al 22% en la construcción, el 12,3% en la industria o el 9% en el comercio⁴⁵. Este rasgo estructural hace al sector menos vulnerable a aumentos de precios en bienes intermedios (energéticos, por ejemplo), pero más vulnerable a efectos de segunda ronda, a través de aumentos salariales.

Además, el turismo es uno de los sectores que presenta una mayor concentración de personas empleadas en los grupos de jóvenes y de baja cualificación, lo que le hace más sensible a los incrementos del salario mínimo, que han sido significativos en los últimos años⁴⁶.

Gran parte de las personas trabajadoras se encuentran empleadas en servicios de comidas y bebidas, representando casi la mitad del volumen de empleo (46,6%). Otras actividades turísticas ocupan al 24,2%, y los servicios de transporte al 11,5%⁴⁷. En este punto, es preciso señalar la existencia de otros empleos turísticos que no se recoge en las estadísticas del sector, como los empleos de empresas de servicios que trabajan para el sector (ej. marketing, consultoría, etc.) o los relacionados con la planificación y gestión del turismo por parte de los distintos gobiernos, en cualquiera de sus instrumentos organizativos.

A pesar del volumen, el 42% de las empresas perciben la escasez de personas que quieren entrar en el sector como un problema que afecta negativamente a su actividad. Este porcentaje es sensiblemente superior en la hostelería y el transporte, con el 55 % y el 51 % de las empresas, respectivamente⁴⁸.

Una de las principales medidas gestionadas por el SEPE para el fomento del empleo y más concretamente, en el sector turístico, ha sido la elaboración del Real Decreto-Ley 1/2023, de 10 de enero, de medidas urgentes en materia de incentivos a la contratación laboral y mejora de la protección social de las personas artistas. En concreto, cabe destacar la medida establecida en

44 ECPAT (2016). [Sexual Exploitation of Children in Travel and Tourism - Europe](#). Consejo de Europa. Resolución 1926 (2013) Fighting child sex tourism.

45 Banco de España (2024). [Factores de competitividad del sector turístico en España](#).

46 BANCO DE ESPAÑA (2021). ["Los efectos del salario mínimo interprofesional en el empleo: nueva evidencia para España"](#). Documento Ocasional, 2113.

47 INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) – Encuesta de Población Activa.

48 BANCO DE ESPAÑA (2023). ["Encuesta a las empresas españolas sobre la evolución de su actividad: cuarto trimestre de 2023"](#). Boletín Económico – Banco de España, 2023/T4, 07.

su artículo 30, de apoyo a la prolongación del periodo de actividad de las personas trabajadoras con contratos fijos-discontinuos en los sectores de turismo y comercio y hostelería vinculados a la actividad turística⁴⁹.

En este contexto, cabe recordar que la gestión de las políticas activas de empleo corresponde a las comunidades autónomas, con competencias transferidas en materia de empleo y formación (con excepción de Ceuta y Melilla, gestionadas por el Estado). Para ello, anualmente se distribuyen, de acuerdo con los criterios aprobados en la Conferencia Sectorial de Asuntos Laborales, los fondos económicos correspondientes, asignados a las acciones y medidas de políticas activas de empleo y agrupadas en los distintos bloques.

Así, cada comunidad autónoma se encuentra facultada para distribuir dentro de su territorio los fondos asignados, en función de las necesidades de cada provincia, así como para desarrollar los planes especiales de empleo que considere convenientes en zonas especialmente afectadas bien por el desempleo, la precariedad, la temporalidad u otras circunstancias. Concretamente, la distribución de fondos a las comunidades autónomas para el ejercicio de estas competencias se encuentra regulada por la Orden TES/866/2025⁵⁰, de 1 de agosto.

Los retos que afronta la actividad turística requerirán incrementar los esfuerzos por la atracción de personal procedente del extranjero cualificado en todos los niveles. Esta atracción de trabajadores y trabajadoras procedentes de otros países se extiende a otros sectores económicos estrechamente vinculados al turismo, como el transporte en cualquiera de sus modalidades, actividades culturales, actividades de entretenimiento, etcétera.

Este personal procedente de otros países no solo cubre la escasez de personal en momentos clave como temporadas turísticas, sino que también aporta dinamismo cultural, capacidades lingüísticas y una gran movilidad geográfica. Su presencia contribuye a mejorar la atención al cliente en espacios en los que el idioma es clave.

La atracción de personas trabajadoras de otros países puede llevarse a cabo bien propiciando su traslado desde el exterior o bien utilizando cualquiera de los mecanismos previstos en el nuevo Reglamento de extranjería, aprobado por el Real Decreto 1155/2024, de 19 de noviembre, especialmente en lo referido al arraigo socioformativo.

En el empleo turístico repercuten varias tendencias sociales

En primer lugar, previamente señalado, las tendencias ligadas a los cambios demográficos. El envejecimiento activo de la población podría suponer un retraso en las jubilaciones, lo que exigirá políticas empresariales que aborden la diversidad generacional y hagan posible la convivencia entre perfiles y capacidades muy diversas. También los movimientos migratorios, tanto de llegada como de salida, harán que en las empresas turísticas españolas convivan personas de contextos culturales muy diversos.

Una segunda tendencia que afecta al empleo turístico está ligada al cambio de valores y a la evolución social. A pesar de que no existen investigaciones sistemáticas, hay mucha literatura que afirma que pueden estar cambiando las prioridades de la sociedad, especialmente de las nuevas generaciones, en relación con distintos ámbitos, entre ellos el trabajo. Se argumenta que, al tener una buena formación de base y acceso a gran cantidad de información, han adquirido una capacidad

⁴⁹ Tal y como se establece en este artículo, las empresas, excluidas las pertenecientes al sector público, dedicadas a actividades encuadradas en los sectores de turismo, así como los de comercio y hostelería, siempre que se encuentren vinculados a dicho sector del turismo, que generen actividad productiva en los meses de febrero, marzo y noviembre de cada año y que inicien y/o mantengan en alta durante dichos meses la ocupación de las personas trabajadoras con contratos de carácter fijo-discontinuo, podrán aplicar en dichos meses una bonificación en la cotización, en los términos establecidos en el artículo 10, de 262 euros/mes.

⁵⁰ Orden TES/866/2025, de 1 de agosto, por la que se distribuyen territorialmente para el ejercicio económico de 2025, para su gestión por las comunidades autónomas con competencias asumidas, créditos del ámbito laboral financiados con cargo a los Presupuestos Generales del Estado.



relevante para comparar la calidad del empleo al que optan. En línea con este concepto, hace ya una década que la OCDE⁵¹ propone un marco para el análisis de la calidad laboral que considera el salario, las condiciones del mercado de trabajo – tipos de contratos de trabajo – y la calidad del entorno de trabajo, que incluye cuestiones como la sobre cualificación, la jornada de trabajo excesiva o la jornada de trabajo atípica.

Por último, el empleo turístico podría sufrir el impacto de la doble transición. Respecto a la transición verde, el Comité Económico y Social Europeo propone un pacto ecológico y social europeo que logre la inversión a gran escala necesaria para asegurar una transición justa hacia una economía climáticamente neutra y que cree puestos de trabajo de calidad en todos los territorios⁵². Por su parte, el impacto de la transición tecnológica, a través de la digitalización o la automatización, tendrá efectos indudables sobre el mercado laboral y sobre los empleos, algunos positivos y otros, negativos.

Todas estas cuestiones reflejan la necesidad de mejorar las políticas activas de empleo y orientar la estrategia pública hacia la atracción y consolidación de empleo turístico cualificado y de alto valor añadido, que permita elevar la productividad del sector y avanzar en la convergencia real en renta per cápita de las regiones con menor desarrollo, como también señala el informe del Fondo Monetario Internacional⁵³.

Formación para el sector turístico

En los últimos años han cambiado las competencias y habilidades que el sector requiere, desplazándose desde un conjunto de habilidades técnicas, a características intangibles relacionadas con recursos sociales, como inteligencia emocional, capacidad de resolución de conflictos y problemas, trabajo en equipo o liderazgo. Estas habilidades blandas o *soft skills* son de enorme importancia para una industria centrada en la relación entre personas, tanto para el personal operativo, como para los puestos intermedios o directivos. Los sistemas de formación están adaptándose para incidir en el desarrollo de estas nuevas competencias y hacer más interesante la formación turística y fidelizar a las personas que trabajan en el sector.

En España las comunidades autónomas son las competentes en materia de formación, tanto formación orientada a personas que quieren empezar a trabajar en el sector turístico, como formación continua, por lo que son estas las que articulan dicha oferta y su correcto desarrollo.

En relación con la formación profesional, se están impulsando acciones diversas para enfrentar los datos que muestran que cada vez menos personas jóvenes apuestan por matricularse en una formación profesional de hostelería o turismo. Las mujeres son mayoría en los grados superiores, y los hombres en los grados medios y básicos⁵⁴. Con el objetivo de fortalecer la formación profesional, se aprueba el Componente 20 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia⁵⁵ con una inversión estimada de 2.076 millones de euros, que puede resultar clave para el modelo formativo turístico.

Respecto a la formación profesional dual, mediante la Ley de Ordenación e Integración de la Formación Profesional⁵⁶, se aprueba un modelo en el que se alterna la formación en el centro educativo con la estancia en la empresa. Aunque el volumen de alumnado crece, en el curso 2022-2023, el total de matrículas fue de 53.343, representando el 1,3% del alumnado de grado básico, el 4,8% de grado medio y el 8,1% de grado superior. Ese mismo curso, la familia de hostelería y turismo representaba el 1,1% del alumnado de grado básico, el 7% del alumnado de grado medio y el 10,9%

51 OCDE (2015). [Measuring and Assessing Job Quality: The OECD Job Quality Framework](#).

52 COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO (2020). [Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «La economía sostenible que necesitamos»](#) (2020/C 106/01). 549.º Pleno del CESE, 22-23 enero 2020.

53 FMI (2025). [Spain: Staff Concluding Statement of the 2025 Article IV Mission](#).

54 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES.

55 GOBIERNO DE ESPAÑA (2021). [Componente 20. Plan Estratégico de Impulso a la Formación Profesional](#).

56 [Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional](#).

57 MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES (2024). [Estadísticas de Formación Profesional del Sistema Educativo](#).

del alumnado de grado superior⁵⁷.

La oferta de formación universitaria relacionada con el turismo y su sector está muy ligada a las capacidades específicas de las diferentes universidades y facultades donde se imparte. Pese al aumento de la oferta de grados, el número de alumnos y alumnas de nuevo ingreso en grados universitarios de turismo también se ha reducido un 31%, si comparamos los últimos datos disponibles (curso 2023-2022) y el curso previo a la pandemia (2019-2020)⁵⁸. Esto requiere de un análisis en profundidad para entender si la oferta educativa no está adaptada a las necesidades del sector o si son las condiciones del sector las que justificarían un cambio en la elección de los estudiantes.

La formación no reglada ofrece cursos que no conducen a la obtención de títulos con validez académica o profesional pero que son impartidos por centros de formación regulados por las administraciones educativas. Tienen mayor flexibilidad y posibilidad de personalización de las formaciones que ofrecen.

Por su parte, la formación para el empleo incluye la formación programada por las empresas para su personal, la oferta formativa para personas trabajadoras ocupadas y la oferta formativa para las personas trabajadoras desempleadas⁵⁹. La principal entidad encargada es la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (Fundae). Centrando la vista en el sector de la hostelería, en 2024 se formaron el 27% de las personas asalariadas y realizaron 5,9 millones de horas de formación; frente al 24% que se formaron en 2021 durante 4,1 millones de horas⁶⁰.

La Comisión Europea, mediante la *European Skills Agenda*, se centra en la participación de personas desempleadas en este tipo de formaciones, fijándose el objetivo de que para el año 2025 los países miembros alcancen una tasa de participación de personas desempleadas del 20%⁶¹.

Los Certificados Profesionales sirven para acreditar, en el ámbito laboral, el conjunto de competencias profesionales que ha de poseer una persona para desarrollar una actividad laboral concreta⁶². Este tipo de certificados tienen gran valor para profesionalizar el sector.

Finalmente, la alta volatilidad del entorno genera una necesidad constante de actualización de los trabajadores y trabajadoras y el aprendizaje de nuevas habilidades y competencias en el ámbito de la tecnología, innovación, experiencias, sostenibilidad, entre otros. Por eso, es necesario promover el aprendizaje a lo largo de la vida, facilitando el acceso a la formación del personal empleado y fomentando un entorno en el que las empresas apuesten por la formación continua. Esto resulta vital para lograr una mayor profesionalización en todos sus niveles.

Del producto a las experiencias innovadoras

La transformación del modelo turístico hacia un modelo basado en experiencias es una tendencia global y está abriendo una oportunidad para integrar la actividad turística en territorios que precisan oportunidades para su desarrollo. La evolución de un modelo basado en productos turísticos a un modelo centrado en experiencias requiere mejorar la conexión con otras actividades, como las del sector primario, potenciando nuevas formas de trabajo en red, competencias innovadoras y conocimientos que es necesario impulsar.

Esta tendencia apunta un cambio desde un modelo de producto estandarizado, a un modelo de alto valor emocional y experiencial. Una experiencia, desde un enfoque subjetivo y desde el punto de

58 MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES. [Infografía de estadística de estudiantes en las universidades españolas](#).

59 Sistema de Formación Profesional para el Empleo.

60 [Fundación Estatal para la Formación en el Empleo](#).

61 COMISIÓN EUROPEA. (2020). [Agenda de Capacidades Europea para la competitividad sostenible, la equidad social y la resiliencia](#) (COM(2020) 274 final).

62 SEPE (2023).



vista del turista, es la suma de sensaciones que obtiene de una combinación de actividades, lugares e interacciones personales o colectivas en las que participa y que le proporcionan una vivencia memorable. Pero, desde un punto de vista operativo, una experiencia turística es el conjunto de actividades, eventos y servicios turísticos que se enlazan por diversos actores (públicos y privados) para construir un relato y posibilitar esa vivencia en torno a productos turísticos concretos⁶³.

En este sentido, es necesario innovar y transformar los procesos del conjunto de la cadena de valor de las experiencias turísticas para que mejoren su competitividad y se orienten hacia la sostenibilidad. Esto incluye fortalecer la interacción con el contexto cercano en donde se desarrollan y mejorar su capacidad de comercialización, especialmente a nivel internacional.

España dispone de capital humano, tejido empresarial, patrimonio cultural y natural muy diverso y una infraestructura que permite la creación y consolidación de múltiples experiencias turísticas. La oferta deberá ser diversa y con capacidad de ensamblarse de forma flexible para que el turista experiencial pueda diseñar un viaje a su medida.

Principales productos turísticos y evolución de las motivaciones de los turistas

Los principales productos turísticos en España son los siguientes:

- Turismo de sol y playa o vacacional
- Turismo urbano
- Turismo de compras
- Turismo de estudios
- Turismo idiomático
- Turismo cultural
- Turismo enogastronómico
- Turismo rural
- Turismo de naturaleza
- Turismo deportivo
- Turismo de negocios, reuniones e incentivos (MICE)
- Turismo religioso/espiritual
- Turismo de tratamientos de salud
- Turismo de bienestar o *wellness*

Con relación a la evolución de las motivaciones de los turistas internacionales, en 2024 el 85% escogieron España como destino turístico por actividades relacionadas con el ocio, siendo las principales motivaciones: turismo de playa (aproximadamente el 37% del total), turismo cultural (en torno al 21% del total) y otros motivos de ocio (algo más del 24% del total)⁶⁴.

⁶³ MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO (2021). [Estrategia Experiencias Turismo España](#).

⁶⁴ FRONTUR-EGATUR; INE. Estimación de Turespaña basada en microdatos de la Encuesta de Gasto Turístico.

Sin embargo, la evolución de la llegada de turistas por dichos motivos ha sido desigual. Desde 2016 (primer año de la serie de EGATUR del INE), ha disminuido el número de turistas de turismo de playa (de 39 a 35 millones en ese periodo), si bien el impacto en términos de gasto total ha sido positivo por un incremento en el gasto medio (y por el efecto de la inflación), pasando de 1.015 €/turista en 2016 a 1.364 €/turista en 2024. Adicionalmente, la duración de los viajes con esta motivación ha pasado de los 8,5 días en 2016 a los 7,8 días en 2024.

Por el contrario, tanto el turismo cultural como otros motivos de turismo de ocio (naturaleza, gastronómico, enológico y otros motivos sin clasificar) han experimentado un crecimiento muy pronunciado (crecimientos anualizados del 17% el cultural, 10% el de naturaleza, 20% el eno-gastronómico y 8% otros motivos de ocio, en el período 2016-2024), que se ha reflejado también en grandes crecimientos del gasto total anualizados: 26% el cultural, 23% el de naturaleza, 29% el eno-gastronómico y 14% otros motivos de ocio ⁶⁵.

En este ámbito, destacan los turistas que viajan a España por motivos académicos ya que son los que más dinero gastan a lo largo de todo el viaje (5.554 €/turista en 2024). La razón es que la duración media de sus viajes es superior a la del resto de motivaciones. Los turistas que llegaron a España en 2024 por motivos de estudio pasaron de media en torno a 50 días en el destino ⁶⁶.

También crecen los motivos ligados a valores de carácter religioso y espiritual. Destacan las peregrinaciones como el Camino de Santiago, la asistencia a romerías o la participación en manifestaciones culturales y religiosas, como las procesiones de Semana Santa. Se caracterizan por ser la segunda tipología de viajes en términos de duración en España superando los 11 días de media, y con un gasto elevado (1.725 €/turista en 2024) ⁶⁷.

Otra de las motivaciones de viaje de mayor valor añadido son las relacionadas con el ámbito profesional. Los turistas que llegan a España para atender actividades de negocio como asistir a reuniones, conferencias, congresos, convenciones, ferias u otros motivos de trabajo incurren en un gasto medio diario de 241 €/turista (un 30% por encima de la media en 2024).

Perfil del turista

En 2024, como ya se ha indicado, España recibió 93,8 millones de llegadas de turistas internacionales mientras que se realizaron 155,7 millones de viajes domésticos (distintos de desplazamientos al centro de estudio o de trabajo). El gasto total de los turistas internacionales fue, sin embargo, 3,3 veces superior al valor de los turistas domésticos (incluido gasto en transporte) ⁶⁸.

Por su parte, los turistas procedentes de los tres principales países de origen (Reino Unido, Alemania y Francia) y más numerosos en el volumen total, presentan un gasto diario inferior a la media. Por ejemplo, los turistas procedentes de Francia gastaron en 2024 en torno al 34% menos que un turista internacional medio ⁶⁹.

El diagnóstico pone de manifiesto la oportunidad del sector para reflexionar acerca de vías de innovación en productos y experiencias en las siguientes líneas: 1) incrementar el gasto de los principales turistas actuales; 2) incrementar el número de turistas procedentes de mercados lejanos con mayor gasto turístico; 3) promover los turistas que organizan su viaje independientemente, ya que tienen un mayor impacto económico en destino; y 4) promover experiencias y atraer segmentos de alto valor añadido, más allá del impacto económico, que contribuyan a enfrentar retos de país, tales como el cambio climático, el reto demográfico o el bienestar laboral.

⁶⁵ Estimación de Turespaña basada en microdatos de la Encuesta de Gasto Turístico (FRONTUR-EGATUR); INE.

⁶⁶ FRONTUR-EGATUR; INE. Estimación de Turespaña basada en microdatos de la Encuesta de Gasto Turístico.

⁶⁷ FRONTUR-EGATUR; INE. Estimación de Turespaña basada en microdatos de la Encuesta de Gasto Turístico.

⁶⁸ Estimación de Turespaña basada en microdatos de EGATUR y ETR (Encuesta de Turismo de los Residentes) – INE.

⁶⁹ INE, análisis TURESPAÑA (2025).



Asimismo, deben considerarse las tendencias sociodemográficas que influirán en la demanda futura: el incremento de la población de clase media a nivel mundial, el aumento de población con necesidades específicas, el envejecimiento de la población, las nuevas demandas como el auge de los animales de compañía, el incremento del número de estudiantes internacionales⁷⁰, el mayor interés del turista por el medioambiente y su protección, o nuevas formas de trabajo más flexibles que impulsen el teletrabajo⁷¹.

Conectividad, intermodalidad y movilidad sostenible

El transporte resulta fundamental en el desarrollo social y económico de los territorios, siendo un elemento vertebrador de los mismos y un habilitador de oportunidades en otros sectores. También es esencial para el desarrollo de la actividad turística.

En relación con el transporte y el turismo encontramos tres ámbitos de reflexión: la conectividad, que abarca el análisis de los distintos modos de transporte (aéreo, marítimo, ferroviario y por carretera); la intermodalidad, entendida como la posibilidad de configurar el viaje empleando los modos de transporte más convenientes; y la movilidad, enfocada más a los movimientos que ocurren en el propio destino.

Las tres dimensiones han de considerarse desde la sostenibilidad, por la importante contribución del transporte a las emisiones contaminantes en el planeta. En este sentido, todos los agentes del ecosistema de transportes, desde actores globales hasta locales, pasando por las instituciones europeas y el gobierno, así como las empresas, se han comprometido con los objetivos de la descarbonización y la búsqueda de alternativas a los combustibles fósiles. La reducción de emisiones y el desarrollo de un sistema de transportes respetuoso con el medio ambiente orientan gran parte de las políticas e iniciativas del sector. También la movilidad turística en destino se encamina a la sostenibilidad, con una concienciación cada vez mayor por parte de todos los actores.

Conectividad del destino turístico español

En España el transporte aéreo es especialmente relevante debido a la posición geográfica del país, especialmente si lo relacionamos con el turismo internacional. En 2023 un 82,3% de los turistas internacionales entraron al país por algún aeropuerto, mientras que el 15,2% lo hizo por carretera, y solamente una mínima parte por puerto o tren (2,2% y 0,3% respectivamente)⁷².

España cuenta con 46 aeropuertos y 2 helipuertos distribuidos por todo el territorio nacional y gestionados por la sociedad estatal AENA. En 2024 la red de AENA registró 309.371.619 pasajeros totales (sumando llegadas y salidas)⁷³, suponiendo un incremento respecto al año anterior del 9,2% y un 12,4% comparado con 2019. El Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas registró el mayor número de pasajeros en 2024 con 66.197.066, lo que representa un crecimiento del 9,9% frente a 2023. Le siguen los aeropuertos Josep Tarradellas Barcelona-El Prat, con 55.037.892; Palma de Mallorca, con 33.298.379 pasajeros; Málaga-Costa del Sol, con 24.924.219; Alicante-Elche Miguel Hernández, con 18.388.543; Gran Canaria, con 15.219.843; Tenerife Sur, con 13.741.355 y Valencia, con 10.811.963 pasajeros⁷⁴. Aunque con un volumen menor, otros tres aeropuertos no integrados en la red de AENA acogen tráfico aéreo de pasajeros (Aeropuerto de Castellón, Aeropuerto de Lleida-Alguaire y Aeropuerto de Andorra - La Seu d'Urgell).

70 UNESCO, EUROSTAT Y WORLD BANK.

71 ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2021). [El trabajo a domicilio: de la invisibilidad al trabajo decente](#).

72 FRONTUR, INE.

73 AENA (2024) [Informes anuales](#).

74 AENA (2024) [Informes anuales](#).

Los puertos representan infraestructuras estratégicas en el ámbito de las redes de comercio, logística y transporte⁷⁵. Según señala el Marco Estratégico del Sistema Portuario de Interés General, el tráfico de pasajeros en los puertos españoles viene registrando un crecimiento sostenido especialmente en el periodo 2013-2019 (+30%), con una tasa interanual media del 4,3%, superior a la del tráfico de mercancías (3%). Esta tendencia se explica, principalmente, por la movilidad interinsular en Canarias y Baleares, las conexiones del Estrecho, las que enlazan la Península con las islas, Ceuta y Melilla y la demanda de los cruceros. El total de pasajeros portuario en España en 2024 fue de 40.869.297 personas, de las que 12.848.293⁷⁶ son pasajeros en régimen de crucero, lo que supone un 7% más que en 2023.

Las principales autoridades portuarias en cuanto al tráfico de cruceros en 2023 fueron Barcelona, con 3.568.901 pasajeros de cruceros; Baleares, con 2.517.294; Las Palmas, con 1.511.743; Santa Cruz de Tenerife, con 1.106.173 y Valencia, con 786.588. En lo que se refiere a pasajeros totales (pasajeros regulares + pasajeros de cruceros), la primera fue Baleares, con 9.889.407, seguido de Santa Cruz de Tenerife, con 6.731.473; Bahía de Algeciras, con 5.541.639; Barcelona, con 5.304.144; y Las Palmas, con 3.182.357. Así, el área del Mar Mediterráneo acapara la mayoría del tráfico portuario español.

En relación con el ferrocarril, España posee la segunda red de alta velocidad más grande del mundo por kilómetros construidos, solo superada por China⁷⁷. La ratio de kilómetros por habitante es la más alta del mundo, superando a países líderes en este medio de transporte, como Francia o Alemania. La apuesta por el ferrocarril como medio de movilidad sostenible es también un medio de potenciar la transición ecológica desde la innovación tecnológica. La red ferroviaria española contaba a 31 de diciembre de 2023 con 15.519 km (-2,2% respecto de 2022), perteneciendo prácticamente en su totalidad a ADIF y ADIF-AV que se encargan de la construcción de las vías y su mantenimiento. Gran parte de esta red es empleada tanto para el transporte de viajeros y viajeras, como para el transporte de mercancías. Del total de kilómetros de red administrados por ADIF y ADIF-AV, el 60,5% discurre en vía única y un 34,3% no está electrificado⁷⁸. La compañía OUIGO perteneciente a la SNCF francesa e IRYO de capital italiano, se han unido a RENFE AVE y RENFE AVLO (las marcas comerciales para la alta velocidad y la oferta de bajo coste de Renfe Viajeros S.M.E., S.A.) en la dotación de múltiples rutas en los principales ejes ferroviarios. Si hasta 2023 estas compañías solo operaban servicios en Madrid-Barcelona y Madrid-Valencia, OUIGO e IRYO han expandido sus operaciones a los corredores Madrid-Alicante, Madrid-Málaga/Granada y Madrid-Sevilla existiendo planes por parte de ambas compañías de expandir servicios en cuanto se vayan adecuando tramos al ancho internacional (UIC) que es el que puede operar su material rodante.

Una de las prioridades de España en la materia es impulsar las conexiones transfronterizas con Francia para garantizar la conectividad ferroviaria con el resto de Europa, en línea con el objetivo de conseguir un espacio ferroviario único en la UE. Las actuaciones e inversiones se están centrando en completar los corredores Atlántico (que conecta con Francia a través de Irún y con Portugal en dos puntos) y Mediterráneo (que conecta con Francia a través de Figueres y llega a Algeciras), como parte de la Red Transeuropea de Transporte (TEN-T). Este es uno de los elementos clave para aprovechar el potencial de la extensa infraestructura existente, fomentando una conexión intermodal.

Según recoge el Observatorio del Transporte y la Logística en España (OTLE)⁷⁹, el transporte interurbano se lleva a cabo en España principalmente por carretera. Con 386.108 millones de

75 PUERTOS DEL ESTADO (2022). [Marco Estratégico del Sistema Portuario de Interés General](#).

76 PUERTOS DEL ESTADO (2023). [Datos anuales de tráfico portuario](#).

77 Unión Internacional de Ferrocarriles (2024). [Atlas de la Alta Velocidad ferroviaria en el mundo](#).

78 MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE (2024). [Observatorio del Ferrocarril en España](#).

79 OBSERVATORIO DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA EN ESPAÑA (2024). [Informe OTLE 2023](#).



viajeros-km en 2022, el transporte por carretera supuso el 85,9% del total. Sin embargo, analizando la movilidad interior de turistas, destaca el crecimiento del modo aéreo en 2022 con un aumento del 59,5 % respecto a 2021, seguido por el modo ferroviario, con un incremento del 56,5 %, mientras que el modo marítimo crece un 38,9 % y la carretera un 9,2 %. Analizando la evolución de la movilidad desde 2007, la carretera es el único que experimentó una disminución en su movilidad, con un descenso del 4,7 %⁸⁰.

Dentro del transporte por carretera tiene una destacada importancia el alquiler de vehículos. Resulta especialmente relevante como complemento de la red de transporte público en determinados lugares, así como por su capacidad de interconectar destinos, en especial pequeñas ciudades y pueblos. El sector de alquiler de vehículos matriculó, durante 2024, 336.140 vehículos en renting, un 13,38 % más que en 2023⁸¹.

Cuando hablamos de movilidad también está incluido el viaje de los residentes en España, tanto dentro del país, como a terceros países. Este hecho contribuye a generar tráfico en las rutas que conectan con esos destinos y, en consecuencia, genera oportunidades de conectividad.

La gran mayoría de los viajes realizados por residentes en España tiene como destino nuestro país (88% del total en 2024), una situación ligeramente inferior al periodo prepandemia (2016-2019). Los viajes al extranjero han alcanzado su máximo en 2024, representando el 12% del total de viajes. En 2023 registraron un peso de 10,4%, valor similar al que alcanzaron en 2019⁸².

Los principales países a los que viajaron los y las españolas en 2024 fueron Francia, Italia, Reino Unido, Marruecos, Alemania, Andorra y Estados Unidos, coincidiendo en gran medida con los principales países emisores de turistas a España⁸³.

Analizando en detalle los viajes dentro de España, el principal destino es Andalucía, que en 2024 recibió 31,6 millones de viajes (19%), seguido de Cataluña, con 24,4 millones de viajes (14,7%); la Comunidad Valenciana, con 19,2 millones de viajes (11,6%); y Castilla y León, que fue el destino de 16,7 millones de viajes (10,1%). Esta distribución se ha mantenido relativamente estable durante los últimos años (2016-2023)⁸⁴. El alojamiento más utilizado es el hotel o apartahotel (45,2%), frente a vivienda completa en alquiler (12,5%)⁸⁵.

El medio de transporte utilizado en los desplazamientos internos, en los viajes de residentes en España realizados en 2024, fue mayoritariamente el vehículo propio (81,7%), seguido de transporte por ferrocarril (5,4%) y autobús (5,1%).

Para acabar este epígrafe, deben mencionarse las especificidades de las zonas de baja densidad de población, que son extensas en algunas regiones de nuestro país. Estas áreas cuentan con una menor infraestructura y servicios de transporte público, lo que supone una mayor dependencia del vehículo privado de los residentes⁸⁶ y de sus visitantes. Esto revierte directamente sobre el turismo rural, en tanto que el acceso a los destinos rurales queda muy condicionado a la disponibilidad de un vehículo privado del viajero. Estas zonas, en las que se puede considerar que existe pobreza en el transporte por la falta de acceso a alternativas al vehículo particular, el potencial de crecimiento del turismo rural se puede ver limitado precisamente por estas dificultades en la accesibilidad.

80 OBSERVATORIO DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA EN ESPAÑA (2024). [Informe OTLE 2023](#).

81 ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE RENTING DE VEHÍCULOS (2024).

82 INE. Encuesta de Turismo de Residentes.

83 INE. Encuesta de Turismo de Residentes.

84 INE. Encuesta de Turismo de Residentes.

85 CIS. [Turismo y Gastronomía. 2024](#).

86 [Monográfico Pobreza en el Transporte OTLE](#).

Intermodalidad entre destinos turísticos españoles

Se define la intermodalidad como la integración óptima de diferentes modos de transporte, de forma que se ofrezcan servicios de puerta a puerta que permitan una utilización eficaz y rentable del sistema de transporte, favoreciendo al mismo tiempo la competencia entre los operadores⁸⁷.

El Libro Blanco del Transporte de 2011⁸⁸ señala la integración intermodal como elemento clave para desarrollar un espacio único europeo de transporte. Entre sus objetivos para 2050 se persigue: completar una red europea de ferrocarriles de alta velocidad, debiendo realizarse la mayor parte del transporte de pasajeros de media distancia por ferrocarril; y conectar todos los aeropuertos de la red básica a la red ferroviaria, preferiblemente de alta velocidad.

Para que la intermodalidad sea una realidad, son necesarias tres dimensiones: infraestructuras, digital y operacional. Con relación a las infraestructuras, las actuaciones deben orientarse a facilitar los desplazamientos en el territorio combinando los distintos modos de transporte con eficacia eficiente. Segundo, es necesario que las opciones de conectividad intermodal estén disponibles en los canales digitales, de forma que estén al alcance del consumidor. En tercer lugar, la dimensión operacional debe afrontarse desde el compromiso para la colaboración de los distintos agentes implicados en un viaje intermodal como, por ejemplo, un operador ferroviario y una aerolínea, lo que supone una experiencia de viaje fluida.

La transición digital de empresas y destinos

La transformación digital de la sociedad y su economía es el puente entre innovación, productividad y sostenibilidad, además de ser un elemento vertebrador de la cohesión territorial y social. Esta transformación digital aporta fortalezas y beneficios económicos al sector turístico, pero, además, es esencial para la mejora de los impactos en la sostenibilidad social y ambiental del turismo.

La transformación digital es un proceso que, más allá de la implementación de tecnología, supone un cambio cultural que afecta a comportamientos y que genera oportunidades y desafíos. En este sentido, es necesario mejorar el conocimiento sobre qué tecnologías tienen una verdadera capacidad transformadora y de resolución de problemas concretos para el conjunto del sector turístico o para alguno de sus subsectores o actividades, reflexionando sobre cómo incorporar a las pymes y micro pymes en este proceso, complejo en términos de costes y de personal especializado.

En la actualidad la inteligencia artificial ofrece oportunidades al sector turístico para mejorar su eficiencia, ampliar capacidades y generar nuevas formas de interacción con los turistas.

En el índice ICDS⁸⁹, un índice que clasifica los sectores de actividad de la economía española según su grado de digitalización, el sector turístico está experimentando un proceso más acelerado que otras actividades económicas. Una de las razones principales ha sido, precisamente, la digitalización de la demanda. Como resultado, tres de las cinco actividades económicas que más han evolucionado digitalmente desde 2017 (comercio, alojamiento y transporte) pertenecen al sector turismo.

Si analizamos los motivos del uso de internet por la población de entre 16 y 64 años, un 75% del total de los encuestados lo hace para encontrar información, un 65% para buscar noticias, un 64% para hacer determinadas actividades y 57% para buscar lugares a los que viajar, mostrando cómo Internet se ha convertido en una herramienta central para las personas que buscan inspiración⁹⁰.

⁸⁷ Comunicación de la Comisión, de 29 de mayo de 1997, relativa a la intermodalidad y transporte intermodal de mercancías en la Unión Europea: una lógica de sistemas para el transporte de mercancías; estrategias y acciones para promover la eficacia, los servicios y el desarrollo sostenible.

⁸⁸ COMISIÓN EUROPEA (2011). [Libro blanco del transporte - Hoja de ruta hacia un espacio único europeo de transporte: por una política de transportes competitiva y sostenible](#).

⁸⁹ El [Índice CaixaBank de Digitalización Sectorial \(ICDS\)](#) es un índice que clasifica los sectores de actividad de la economía española según su grado de digitalización (valor mínimo: 0; valor máximo: 100).

⁹⁰ INE (2023). [Equipamiento y uso de TIC en los hogares](#).



El comercio electrónico también ha avanzado de modo significativo y cada vez son más las decisiones de compra que se producen a través del canal online. En España, en 2023 el 95,8% de la población de 16 a 74 años ha usado Internet en los tres últimos meses (0,4 puntos más que en 2022). El 56,7% ha comprado en la red en los tres últimos meses (0,8 puntos más que en 2022). El 66,2% posee habilidades digitales básicas o avanzadas, según un estudio de We Are Social y Hootsuite⁹¹. Como resultado, el comercio electrónico está creciendo en distintos sectores de actividad, cobrando especial peso en el sector turístico. De acuerdo con datos de 2024⁹², el turismo presenta cinco actividades dentro de las diez ramas de actividad con mayor volumen de comercio electrónico.

Si el sector turístico avanza en el proceso de digitalización, lo hace acompañado de una industria tecnológica turística que ha crecido con fuerza en los últimos años. Este es otro ejemplo de la capacidad motriz del turismo sobre otros sectores, en este caso el sector tecnológico. Muchas de las soluciones diseñadas por empresas tecnológicas españolas para el sector turístico se exportan a diferentes lugares del mundo. Programas del PRTR, como el programa "Última Milla", han permitido intensificar las sinergias y las alianzas entre las empresas tecnológicas y las turísticas con el objetivo de avanzar en desarrollo e implementación de soluciones que mejoren los procesos internos, pero también la comercialización y la experiencia de los turistas.

Situación en España para abordar la transformación digital del turismo

De acuerdo con el índice DESI⁹³, España se encuentra en una posición aventajada en términos de digitalización en comparación con el resto de los estados miembros. En 2024 ocupó la 7ª posición en uso de internet, 6º lugar en cobertura de la red de muy alta capacidad (VHCN) y 5ª posición en porcentaje de la población con habilidades digitales superiores a las básicas⁹⁴.

Si bien España cuenta con un alto rendimiento en conectividad y ha mejorado considerablemente la brecha digital entre las zonas rurales y urbanas, sigue existiendo margen de mejora. En 2024 la brecha digital en las zonas rurales con respecto al conjunto del territorio nacional se ha reducido a menos de 10 puntos porcentuales, alcanzando la cobertura conjunta de banda ancha proporcionada por redes de acceso fijo a velocidades de descarga de 1 Gbps o superiores, el 83,9% de los hogares rurales. Según la misma fuente, la cobertura de FTTH alcanza el 86,5% de los hogares rurales, siendo la brecha digital de cobertura de 8,3 puntos porcentuales; y la cobertura de 5G agregada (NSA+SA) alcanza el 80% de la población rural, habiendo mejorado 11 puntos respecto a 2023. Sin embargo, el porcentaje de población rural con cobertura de redes 5G SA (12,4%) y cobertura en la banda de frecuencias 3400-3800 MHz (23,2%) es menor, siendo la brecha digital de los 31,7 y 50,8 puntos porcentuales respectivamente⁹⁵, si bien la tendencia de crecimiento de estas tecnologías en municipios rurales es muy acusada.

En este contexto, el programa UNICO-Demanda Rural ha sido una herramienta clave, al facilitar el acceso a conectividad ultrarrápida en áreas donde no existe despliegue de redes fijas. Además del apoyo al despliegue de fibra y tecnologías inalámbricas, el programa ha incorporado la banda ancha satelital como solución inmediata en zonas remotas. Se trata de garantizar que ningún territorio quede excluido del acceso digital, lo que resulta especialmente relevante para impulsar la transformación digital del sector turístico en España, siendo la conectividad un factor clave.

Por otro lado, las empresas españolas están entre las más digitalizadas en el conjunto de establecimientos europeos (21% de empresas españolas tienen un nivel de digitalización alto

91 [We Are Social y Hootsuite](#).

92 CNMC (2024). [Volumen de negocio del comercio electrónico](#).

93 La forma de medir y comparar los avances digitales de los países de Europa es el [Digital Economy and Society Index](#), conocido como DESI, por sus siglas en inglés. Los indicadores que componen el DESI se estructuran en torno a cuatro dimensiones: el capital humano (talento digital), la conectividad (infraestructura tecnológica), la integración de la tecnología digital (uso de tecnologías por parte de las empresas) y los servicios públicos digitales (interacción online entre la administración, los ciudadanos y las empresas). Desde 2023 el DESI está alineado con el programa estratégico de la Década Digital para 2030.

94 COMISIÓN EUROPEA. [DESI Compare countries progress](#).

95 MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA. [Cobertura de Banda Ancha en España en el año 2024](#).

frente al 15% del resto de Europa)⁹⁶. Sin embargo, mientras que la posición de España en términos de digitalización de máquinas destaca (medido en términos de uso de robots en su operativa ⁹⁷), se sitúa por debajo de la media europea en términos de digitalización de personas (medido en utilización regular de ordenadores por las personas trabajadoras para desarrollar sus tareas) ⁹⁸.

Aunque la innovación no hace referencia únicamente a la transformación digital, sí da una percepción de la intención del cambio, actualización y progreso entre otros. En general, se observa poca orientación a la inversión en innovación, de manera que entre el 10% y el 24% de las empresas turísticas, según el subsector de actividad del que se trate, no muestran interés en ello. Por su parte, las empresas del sector turístico tienen un Índice de Madurez Digital ⁹⁹ (en adelante IMD) promedio del 31%, por lo que estarían en un nivel básico¹⁰⁰.

El nivel de digitalización de las pymes turísticas se está incrementando. Según el segundo Informe del Nivel de Digitalización de las Pymes Turísticas Españolas, se ha incrementado en 16,4 puntos, habiendo pasado del 31,2% del primer informe al 47,6% en el segundo.

De los ocho ámbitos analizados, el talento del personal (54,2%) es donde el nivel de digitalización de las pymes turísticas es mayor, seguido del marketing y las ventas (52,5%), visión de negocio (52,7%), la experiencia del cliente (47,6%), sistemas digitales (46,8%), producto innovador (45,9%) y operativa de negocio y procesos administrativos (40,5%). En todos ellos, se ha registrado un destacado incremento respecto al primer estudio.

Si el análisis del nivel de digitalización lo detallamos por subsectores, el informe revela que las agencias de viajes son las más digitalizadas, con un 52,6%, seguidas de las empresas de alquiler de coches (50,8%), actividades turísticas (50,2%), transporte de pasajeros por carretera (48,7%), alojamientos (44,5%) y restauración (38,9%).

La transformación digital ha sido más destacada en las empresas de transportes por carreteras, ya que ha subido en 23,4 puntos respecto al primer informe, seguido de las agencias de viajes, con una subida de 18,2 puntos.

Las grandes empresas en general cuentan con mayor acceso a conocimiento sobre tecnologías y sus casos de uso y mayores recursos y capacidad financiera para abordar las inversiones necesarias para digitalizar sus compañías y asegurar su competitividad. Aproximadamente el 70% de las empresas de más de 250 trabajadores emplean a especialistas de TIC en su empresa, mientras que solamente el 2,5% de las empresas de menos de 10 personas empleadas lo hacen. Además, la brecha entre grandes empresas y pymes aumenta cuanto mayor es el grado de complejidad de las tecnologías.

Las principales barreras a las que se enfrentan las empresas de menor tamaño en el sector, y que explican la diferencia en la velocidad de adopción de las nuevas tecnologías son principalmente: 1) limitada capacidad financiera y difícil acceso a recursos económicos; 2) reducida capacidad de atracción de talento digital; y 3) falta de conocimiento.

El desafío es mejorar el conocimiento sobre qué tecnologías suponen una verdadera capacidad transformadora y de resolución de problemas concretos para el conjunto del sector turístico o para alguno de sus subsectores o actividades, reflexionando sobre la forma de incorporar a las pymes y micro pymes en este proceso, complejo en términos de costes y de personal especializado.

96 FUNCAS (2022). [Digitalización y organización del trabajo en las empresas europeas: descripción y análisis comparado para España](#) a partir de la European Company Survey 2019.

97 La proporción de establecimientos que utilizan robots en España es superior a la proporción en los establecimientos del centro de Europa 3%, Europa del sur 4%, Europa del Este 6% y los países anglosajones 7% con la excepción de los países escandinavos donde la diferencia es similar 1%.

98 La proporción de trabajadores con ordenadores es inferior a la proporción en los establecimientos del centro de Europa 8%, Escandinavia 10% y países anglosajones 6%.

99 El índice de madurez digital evalúa las ocho capacidades estratégicas en las que invierte una empresa digital: Visión de negocio, Producto innovador, Foco en la experiencia, Marketing y ventas, Operativa de negocio, Procesos administrativos, Talento, Sistemas digitales. El índice contiene cuatro niveles de digitalización: nivel muy básico: 0%-25%, nivel básico: 25%-50%, nivel medio: 50%-75% y nivel alto: 75%-100%.

100 SEGITTUR (2024). [Informe de Digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas españolas](#).

101 SETUR y SEGITTUR (2022). [Informe de Digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas españolas](#).



2.2.2 Dimensión social

La dimensión social de la sostenibilidad ha tenido un menor desarrollo conceptual y, sobre todo, programático. ONU Turismo define el turismo sostenible como “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”¹⁰². La relación del turismo con estas comunidades anfitrionas, o residentes, está en el centro de la reflexión sobre la sostenibilidad social de la actividad.

Tendencias sociodemográficas globales

Urbanización y despoblación

España ha vivido un proceso creciente de urbanización, pasando del 72% de población urbana en los años ochenta al 80% en 2024. Esta tendencia ha supuesto una pérdida continua de población en los municipios rurales, especialmente intensa durante la década de 2010¹⁰³.

La pandemia marcó un cambio en esta dinámica. Factores como el teletrabajo, la digitalización y el deseo de una vida más cercana a la naturaleza impulsaron una cierta recuperación de población rural. Entre 2019 y 2022, los municipios de menos de 10.000 habitantes ganaron 150.000 residentes, con un crecimiento del 1,6%, superior al promedio nacional. Este crecimiento ha continuado hasta 2024, impulsado sobre todo por municipios cercanos a grandes áreas metropolitanas¹⁰⁴. Pero, a pesar de esto, en las próximas décadas, el proceso de urbanización seguirá avanzando. Se estima que, en 2050, el 88% de nuestra población vivirá en ciudades y que la España rural perderá casi la mitad de sus habitantes¹⁰⁵.

Por su parte, las ciudades han experimentado durante décadas un crecimiento hacia las periferias, extendiéndose más allá de sus límites administrativos. Ahora surge un crecimiento urbano hacia dentro, conocido como redensificación. La redensificación equilibra la dispersión urbana y recupera el modelo tradicional de ciudades compactas y sostenibles¹⁰⁶, tal y como propugna la Agenda Urbana Española.

Envejecimiento

A principios del siglo XX, la esperanza de vida al nacer en España era de apenas 35 años. Hoy, supera los 83 años, situándose entre las más altas del mundo, sólo por detrás de Suiza y Japón. Esto ha sido posible gracias a mejoras en alimentación, higiene, hábitos saludables y un sistema de bienestar moderno. Las personas viven más años y lo hacen con mejor calidad de vida¹⁰⁷.

Sin embargo, se prevé que en las próximas décadas la población española envejezca significativamente. Para 2050, se estima que uno de cada tres personas en España tendrá 65 años o más, solo superada en la UE por las de Portugal, Grecia e Italia. Y por cada persona en esta franja de edad, habrá solo 1,7 personas en edad de trabajar, frente a las 3,4 actuales. Ni las mejoras en la tasa de natalidad, ni un aumento de la migración podrán revertir completamente este escenario¹⁰⁸.

Esta situación plantea desafíos importantes para el sistema de bienestar y la sostenibilidad económica del país, pero también surgirán valiosas oportunidades si logramos anticiparnos y adaptar nuestra sociedad a la nueva realidad demográfica.

¹⁰² ONU TURISMO (2024). [Turismo sostenible](#).

¹⁰³ BANCO DE ESPAÑA (2020). Informe Anual 2020. “Capítulo 4. La distribución espacial de la población en España y sus implicaciones económicas”. Madrid: Banco de España; y Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia. [España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo](#). Ministerio de la Presidencia.

¹⁰⁴ BANCO DE ESPAÑA (2021). Informe Anual 2020. “Capítulo 4. La distribución espacial de la población en España y sus implicaciones económicas”. Madrid: Banco de España; y Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia. [España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo](#). Ministerio de la Presidencia.

¹⁰⁵ OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021). [España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo](#). Ministerio de la Presidencia.

¹⁰⁶ OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2025).

¹⁰⁷ OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021). [España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo](#). Ministerio de la Presidencia.

¹⁰⁸ OFICINA NACIONAL DE PROSPECTIVA Y ESTRATEGIA (2021). [España 2050. Fundamentos y propuestas para una Estrategia Nacional de Largo Plazo](#). Ministerio de la Presidencia.

De hecho, esta tendencia de envejecimiento es global, por lo que también tendrá consecuencias en la demanda turística. Deberán adaptarse las infraestructuras y los servicios turísticos a las necesidades de una demanda más senior. En este contexto es importante destacar el programa de turismo social del IMSERSO, liderado por el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, que oferta cada temporada alrededor de 900.000 plazas para mayores.

Tendencias de consumo

También se detecta una tendencia a la desestacionalización de la demanda. El crecimiento de la población sénior y sin hijos en edad escolar, junto con la mayor flexibilidad de algunas personas trabajadoras para teletrabajar y tomar las vacaciones fuera de temporada alta, contribuye a la desestacionalización del turismo. Las tendencias demográficas (aumento de la esperanza de vida y envejecimiento poblacional) y la consolidación de estas nuevas formas de trabajo apuntan a que es muy probable que se continúen anotando tasas de crecimiento más fuertes en temporada baja que en temporada alta.

Destinos cohesionados

El turismo tiene que ser un factor que fortalezca la capacidad de los destinos para que las personas que vivan en ellos disfruten de espacios en los que se promueva la igualdad, el bienestar y la inclusión y se generen oportunidades. Por tanto, es necesario trabajar en:

Cultura viva en el destino

La percepción de los destinos depende del apego al lugar y del propio significado que las personas atribuyen a los espacios. El turismo puede convertirse en un factor de dinamización y fortalecimiento de la identidad de los destinos, pero también en un factor de desarraigo. Para ello es necesario impulsar acciones basadas en la potenciación de procesos de cultura viva y en el respeto por entender y apoyar el sentido de lugar.

Además, será esencial garantizar el mantenimiento de la población autóctona, evitando que los vecinos y vecinas vean acrecentados los distintos factores que explican los procesos de presión sobre el parque de viviendas, como podría ser, en determinados barrios o núcleos rurales, el fenómeno de las viviendas de uso turístico desreguladas. La existencia de destinos turísticos vivos, con vecinos y vecinas, es precisamente lo que mantendrá una cultura viva y dará identidad a los destinos, en el convencimiento de que *un buen sitio para viajar debe ser un buen sitio para vivir*.

Accesibilidad e inclusión

Aunque se avanza en este sentido, sigue siendo necesario mejorar el turismo accesible en todos los destinos. También es preciso apoyar a los turistas con necesidades de accesibilidad para que compartan información sobre destinos y experiencias accesibles generando confianza para viajar a otros turistas. A través del Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destino¹⁰⁹ se están ejecutando 195 actuaciones en destinos de todo el territorio nacional para mejorar la accesibilidad, con un presupuesto de 46,5 millones de euros. Estas mejoras también repercuten en la accesibilidad de los municipios para sus residentes.

El turismo es también un sector comprometido con el empleo de personas con discapacidad, aunque sería necesario abordar un análisis específico, ya que no hay datos suficientes.

¹⁰⁹ SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO (2021). [Estrategia Planes Sostenibilidad Turística en Destino](#).



Convivencia equilibrada

La relación entre los turistas y los residentes debe desarrollarse en un marco de respeto, armonía y hospitalidad. Esto es, la relación ha de enmarcarse en el respeto a los idiomas, hábitos, tradiciones, creencias y libertad de conciencia, tanto de los turistas como de los residentes. Para ello hay que abordar diferentes problemáticas.

Saturación turística

En algunos destinos, o espacios concretos de los mismos, los visitantes y locales sienten que hay demasiados turistas y que tanto la experiencia turística, como la calidad de vida, podrían llegar a deteriorarse e incluso, se están ya deteriorando. Algunas circunstancias como la proliferación masiva y no regulada -o irregular- de viviendas de uso turístico en zonas anteriormente residenciales o la llegada de grandes cruceros pueden contribuir a intensificar esta percepción.

Esta situación puede provocar la saturación de servicios públicos, infraestructuras y transportes. Y, aunque las dificultades para acceder a la vivienda no pueden atribuirse sólo al fenómeno turístico, es indudable el efecto que se produce en los principales destinos que, en ocasiones, coinciden con zonas de mercado residencial tensionado como las grandes capitales. Estos municipios se ven claramente afectados por la salida de viviendas del mercado residencial para ser dedicadas al alquiler turístico. Este hecho, relacionado con el aumento global del movimiento turístico en el planeta, exige un esfuerzo de reflexión e investigación para proponer sistemas de gestión más sofisticados, algunos basados en las tecnologías industriales y otros en las sociales, pudiendo implementarse restricciones y tasas.

Es necesario determinar la capacidad de carga de los destinos turísticos que, según la literatura, se configura como el número máximo de personas que pueden acudir a un destino simultáneamente, sin causar destrucción del entorno -físico, económico y sociocultural- y una disminución inaceptable de la satisfacción de los visitantes.

Sensibilización y turistas responsables

Todos los actores comparten responsabilidades cuando realizan actividades turísticas. También los turistas tienen un gran potencial para generar impactos positivos a través de sus acciones. En relación con la educación y sensibilización de los visitantes, resulta fundamental proporcionarles información y recursos que les permitan tomar decisiones responsables. Las empresas turísticas y las organizaciones de gestión de destinos deben participar en campañas educativas que promuevan prácticas sostenibles, sensibilidad cultural y comportamiento responsable.

Vivienda turística

La extensión de las tecnologías de la información y de las redes sociales ha posibilitado el desarrollo de un nuevo modelo de alojamiento. La denominada Vivienda de Uso Turístico (VUT) se concentró inicialmente en los espacios urbanos, pero progresivamente se ha ido ampliando a otros espacios, como a pequeñas poblaciones rurales. El uso de VUT genera impactos en la convivencia en algunos entornos, que no es posible ignorar por lo que será imprescindible poner en marcha algunas acciones para abordar esta dimensión de la sostenibilidad social del turismo.

Según el INE, la evolución en los últimos años de la oferta alojativa en España mantiene un

crecimiento significativo en todas las tipologías. El marco normativo vigente de las comunidades autónomas sobre ordenación de las VUT se caracteriza por la heterogeneidad en la definición y en los aspectos básicos que deben regir la regulación del alojamiento turístico en viviendas, así como en los requerimientos para prestar la actividad y por una excesiva variedad de criterios y exigencias¹¹⁰.

El Gobierno de España ha dado un paso adelante en la regulación de los alquileres turísticos, siendo el primer país en adoptar el Reglamento (UE) 2024/1028 del Parlamento Europeo y del Consejo, de fecha 11 de abril de 2024, y la implementación del Real Decreto 1312/2024, de 23 de diciembre, antes incluso de la fecha prevista por el texto jurídico. Esta normativa establece el procedimiento para el Registro Único de Arrendamientos y contempla la creación de una Ventanilla Única Digital de Arrendamientos. El nuevo sistema facilitará la recopilación y el intercambio de información sobre los servicios de alquiler de corta duración, con el fin de fomentar una mayor transparencia, sostenibilidad, erradicar la oferta ilegal y mejorar el acceso a la vivienda.

Ya en sus primeros meses de aplicación, esta norma y el Registro creado, están permitiendo identificar y expulsar del mercado viviendas dedicadas al alquiler turístico de manera irregular. Esto demuestra la importancia de una norma como la aprobada y refuerza la necesidad de que las comunidades autónomas y los entes locales, que son competentes en ordenación turística y en urbanismo, lleven a cabo regulaciones más ambiciosas en torno a los requisitos para el acceso a la prestación de servicios turísticos en viviendas y se comprometan con la realización de inspecciones suficientes que depuren el mercado.

Este compromiso con la regulación y la inspección es esencial si queremos que en los principales municipios turísticos existan residentes habituales y así sigan actuando como destinos turísticos de calidad y sostenibles.

Liderazgo responsable y ASG

Son muchos los ciudadanos y ciudadanas que están interesados en potenciar compromisos orientados a mejorar los impactos sociales favorables del turismo. Se trata pues de impulsar la movilización de liderazgos turísticos fuertes y responsables, mediante programas que supongan impactos sociales positivos del turismo en sus destinos.

La responsabilidad social corporativa y la ética se está consolidando como un aspecto de gran relevancia en el ámbito empresarial. El tejido empresarial del sector turístico español no resulta ajeno a esta realidad, por lo que se enfrenta a la necesidad de asumir un firme compromiso ético y socialmente responsable en sus operaciones y en la relación con sus grupos de interés.

Las acciones de ASG (sostenibilidad ambiental, social y gobernanza), así como las de debida diligencia en el sector turístico, pueden ser entendidas como aquellos comportamientos y situaciones en los que las empresas superan el cumplimiento de sus obligaciones legales y participan en acciones que promueven un bien social, más allá de los intereses de la empresa.

Es indispensable el impulso para adoptar acciones de ASG en las empresas, a través de campañas de apoyo y difusión para beneficiar tanto a las propias empresas, como aquellas regiones donde dichas empresas realizan sus actividades; pudiendo así, garantizar un retorno social y un entorno óptimo para el desarrollo sostenible del sector.



Condiciones laborales justas

Una de las principales externalidades positivas del sector turístico es el volumen de empleo que genera. No obstante, resulta crucial hacer más interesantes las condiciones del empleo turístico, atrayendo al mejor talento y garantizando el bienestar laboral, la igualdad, la accesibilidad y la inclusión. De hecho, siendo el turismo una actividad basada en el trato entre personas, hay que reflexionar sobre cómo las Administraciones competentes y las empresas pueden mejorar la relación entre mercado laboral turístico y sociedad.

En este sentido, se puede señalar la Resolución de 20 de enero de 2023, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el VI Acuerdo Laboral para el sector de la Hostelería (ALEH VI). En este Acuerdo se incluyen disposiciones para la mejora de las condiciones laborales y la atracción de más personas trabajadoras al sector, así como la apuesta por el diálogo social. Según el artículo 83.3 del texto refundido del Estatuto de los Trabajadores, aprobado por Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, se otorga a los agentes sociales facultades normativas para formular acuerdos sobre materias específicas, lo que ha permitido promover áreas de especial trascendencia como el empleo y la formación profesional o la resolución de los conflictos laborales.

Estabilidad laboral

La estacionalidad de la demanda en el sector turístico se constituye como uno de los principales aspectos que afecta a la inestabilidad del empleo en el sector turístico. Así, el sector turismo en España venía concentrando, hasta 2022, gran parte de los contratos temporales en los meses centrales del año llegando a suponer el 37,8% de los y las afiliadas en el sector, muy por encima del 27,5% del resto de sectores¹¹¹.

Sin embargo, con la entrada en vigor de la reforma laboral del año 2021, se empieza a distinguir una tendencia decreciente en el número de contratos temporales¹¹². La reforma laboral provocó una reducción del número de contratos anuales en el conjunto del mercado de trabajo de España de un 5,54 %, debido a la prioridad que se le ha dado a la contratación de carácter indefinido frente a los contratos temporales. En turismo también se ha disminuido la contratación temporal y se ha incrementado la indefinida y, a diferencia de lo señalado, este sector ha conseguido un aumento del 11,54 % de la contratación total (SEPE, 2023:32).

En el segundo cuatrimestre del 2024 el 83,9% de los ocupados en el sector turístico contaban con un contrato indefinido, frente al 84% del resto de la economía española¹¹³. Además, para favorecer la estabilidad laboral en el sector, y de acuerdo con la nueva reforma laboral, los contratos fijos discontinuos se consideran como una opción óptima.

Otra variable muy relevante dentro de este análisis de condiciones laborales es el de la duración de la jornada laboral. Esta variabilidad de la demanda, incluso dentro de un mismo día, lleva a que en el año 2022 el porcentaje de contratos a tiempo parcial en el sector turístico superase el 20,6%, muy por encima del 13,6% del resto de los sectores, destacando el 32% de los servicios de comidas y bebidas¹¹⁴.

La naturaleza de la actividad turística implica la complejidad de la estacionalidad o la variabilidad de horas a lo largo del día-semana, aunque para determinados colectivos este tipo de contratos puede resultar una herramienta útil a la hora de conciliar la vida laboral con otras actividades, para otros puede suponer una dificultad.

¹¹¹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (jun 2021-dic 2022).

¹¹² Real Decreto Ley 32/2021 de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo (BOE de 30 de diciembre de 2021).

¹¹³ TURESPAÑA. Encuesta Población Activa (EPA).

¹¹⁴ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).

Condiciones salariales

El salario bruto medio anual en el sector turístico se sitúa por debajo de la media nacional, una diferencia que está estrechamente relacionada con la estructura empresarial del sector, caracterizada por la elevada presencia de microempresas y pymes. En los segmentos de mayor dimensión empresarial, las condiciones salariales tienden a ser más favorables, por ejemplo, un mismo puesto, como camarero o camarera, percibe en promedio un 32% más en empresas medianas o grandes que en microempresas¹¹⁵.

Impacto de la transición verde y digital en el empleo turístico

Como se ha comentado, la transición verde y digital está impactando en la evolución de las competencias de los profesionales del sector y en la aparición de nuevos puestos de trabajo.

Por otro lado, la manera en la que las empresas interactúan y forman a su capital humano ha evolucionado a medida que aparecen y se adoptan nuevas tecnologías. Así, existe mayor flexibilidad de acceso a la formación de los empleados.

Los avances tecnológicos y su contribución a la mejora del entorno laboral son claros, pero es clave que se produzca una correcta gestión del cambio y formación del talento para asegurar el éxito.

El Gobierno de España considera esta formación y recualificación de las personas trabajadoras del sector turístico como un pilar estratégico para la competitividad y sostenibilidad. Por ello impulsa, junto al empresariado y los sindicatos, un entorno de confianza y adaptación a los cambios productivos y diversas actuaciones específicas¹¹⁶ para el sector y otras de carácter general de utilidad para la mejora de las competencias profesionales.

A través del SEPE, se han desarrollado convocatorias y subvenciones públicas de ámbito estatal para la mejora de competencias, especialmente vinculadas a la transformación digital. Impulsado por FUNDAE, la Formación Profesional en Hostelería y Turismo cuenta con una amplia oferta de certificados, ciclos y cursos, que desde el curso 2024-2025 incorporan módulos de empleabilidad, digitalización y sostenibilidad, a la vez que se prepara un Real Decreto con 678 microformaciones. Junto a ello, el proyecto Anfitriones¹¹⁷ de la Secretaría de Estado de Turismo busca reforzar la calidad del empleo turístico.

El Espacio Digitalízate¹¹⁸, fruto de la colaboración público-privada, ofrece formación tecnológica gratuita para mejorar las competencias digitales.

En el contexto de la formación, el papel de la innovación industrial y tecnológica como motor de transformación del empleo es clave y exige reforzar la colaboración entre empresas, centros de formación y ecosistemas de innovación (clústeres, hubs digitales, centros tecnológicos) para anticipar la demanda de nuevas competencias.

Empleo formal

La economía y el empleo informales son ámbitos que, al quedar fuera de la protección de las instituciones generan impactos claramente negativos. Es necesario impulsar acciones que permitan distinguir entre procesos que son fruto de la innovación social, como nuevos modelos de negocios, de otros que se refugian en la innovación para recuperar prácticas de la economía informal.

¹¹⁵ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).

¹¹⁶ Como la "Convocatoria para la adquisición y mejora de competencias profesionales de las personas trabajadoras ocupadas del sector turismo para su adaptación a los cambios del sistema productivo y a las posibilidades de promoción profesional y desarrollo personal de las personas trabajadoras".

¹¹⁷ <https://www.turismo-formacion.com/>

¹¹⁸ <https://digitalizateplus.fundae.es/digitalizate/>



Bienestar laboral y conciliación

La motivación de los y las trabajadoras se orienta cada vez más al desarrollo de programas en las empresas que satisfacen necesidades personales familiares y profesionales de la persona trabajadora, mejorando su calidad de vida y la conciliación con su vida privada.

El hecho de que el sector turismo cuente con gran diversidad en su oferta laboral, supone que no todas las medidas dirigidas a favorecer la conciliación laboral se puedan aplicar de forma análoga. A pesar de ello, pueden implementarse herramientas de flexibilidad horaria, como flexibilidad de entrada y salida, jornadas por turnos, jornadas a tiempo parcial o flexibilidad de vacaciones. Aunque gran parte de los puestos de trabajo relacionados con el sector deben desarrollarse de forma presencial, otros admiten medidas de flexibilidad espacial y la opción de trabajo remoto. Además, las empresas pueden favorecer la conciliación de su personal a través de la facilitación de servicios como guarderías, tramitaciones administrativas o actividades para los días sin colegio.

Género e igualdad

La progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral durante las últimas décadas ha contribuido significativamente a impulsar el sector de forma que, en la actualidad, desde el punto de vista cuantitativo, las mujeres suponen, el 47,2% de las personas empleadas en el turismo (EPA 2º trimestre de 2024). Destaca el subsector de la hostelería, donde el 55,5% de las personas empleadas son mujeres¹¹⁹.

El sector de la hostelería (5,5%) y el del transporte y almacenamiento (-2,4%), que tiene una gran relación con el sector turístico, son los sectores que menor brecha salarial tienen, por debajo de la media de todas las actividades económicas e inclusive negativa en la actividad de transporte y almacenamiento¹²⁰.

Sin embargo, las diferencias en las condiciones laborales siguen existiendo. Los roles y estereotipos de género tradicionales siguen influyendo en la división de tareas en el sector y la feminización de los puestos de trabajo precarios es una realidad. Sólo el 33 % de los puestos de los comités de dirección están ocupados por las trabajadoras¹²¹. Una cifra baja aún, pero que representa un incremento de 8 puntos porcentuales respecto al año 2018.

Diversidad, integración e inclusión

El sector turístico tiene un papel de gran importancia a la hora de facilitar el acceso al mercado laboral a colectivos de la población con mayores dificultades y quienes enfrentan barreras específicas para acceder al mercado laboral, como las personas con discapacidad, las personas migrantes o las personas LGTBI¹²².

El sector ofrece una gran diversidad de puestos laborales, permitiendo la contratación de personas con perfiles muy diferentes, desde camareros hasta directores de grandes hoteles, demandando diferentes conocimientos y niveles de formación.

Muchas instituciones apuestan de manera clara por incorporar talento que refleje la diversidad que hoy caracteriza a nuestras sociedades. Contar con una variedad de perspectivas significa que la sociedad está mejor preparada para afrontar los retos y, por tanto, es más sostenible.

¹¹⁹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).

¹²⁰ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).

¹²¹ WOMEN LEADING TOURISM Y DELOITTE (2023).

¹²² UNIVERSIDAD DE ALICANTE, CÁTEDRA AGUAS DE ALICANTE DE INCLUSIÓN SOCIAL. La inserción laboral de las personas con discapacidad en el sector turístico.

Las empresas pueden identificar aquellos empleos más adecuados para cada tipo de perfil y adaptar tanto los puestos identificados, como el entorno de trabajo para que los profesionales puedan desempeñar sus funciones sin barreras físicas ni competencias.

Además, las empresas pueden colaborar con las entidades involucradas en la integración de personas vulnerables y en riesgo de exclusión social. Se ha de facilitar la contratación de estos colectivos a través del diseño de políticas de contratación específicas, el desarrollo de planes de atención a la diversidad, programas de prácticas y/o planes de acogida que cuenten con orientación, formación y seguimiento individualizado. El Laboratorio de Políticas de Inclusión¹²³ del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, describe proyectos piloto que pueden inspirar acciones en este sentido.

En conclusión, es necesario reforzar el vínculo entre la competitividad turística y las condiciones laborales, promoviendo estándares de empleo de calidad, igualdad de género en el sector y medidas de conciliación.

Alianzas para la innovación colaborativa: gobernanza

Las características propias del fenómeno turístico –transversal, multiactor y complejo– hacen necesario potenciar la coordinación, comunicación, colaboración y posicionamiento internacional, incluyendo al conjunto de actores, estructuras y órganos de cooperación públicos intervinientes en la gobernanza turística. Así mismo, es crucial fomentar la construcción de consensos y la consolidación y optimización de los espacios y herramientas de colaboración entre agentes públicos y privados del sector turismo en España. Respecto a la colaboración en el propio sector privado, hay que seguir fortaleciendo mecanismos y estructuras de trabajo que potencien la cooperación y el trabajo conjunto para generar sinergias que aumenten su competitividad.

La propia Unión Europea elabora un Libro Blanco de la Gobernanza de la Unión Europea¹²⁴ en que afirma que una buena gobernanza se basa en cinco principios acumulativos: apertura, participación, responsabilidad, eficacia y coherencia. Estos principios tienen como objetivo mejorar la confianza en las instituciones compartiendo las decisiones a otros actores interesados, o stakeholders, que se corresponsabilizan de acciones concretas y comparten información de manera transparente. En todo caso, los actores públicos son una pieza fundamental para su impulso.

Actores públicos: coordinación y cooperación en un gobierno multinivel

El gobierno del turismo en España tiene un carácter multinivel. Este hecho tiene su origen en la distribución de competencias entre los diferentes entes territoriales y en los diferentes niveles territoriales encontramos estructuras político-administrativas tradicionales y estructuras ejecutivas.

Se identifican estructuras político-administrativas tradicionales en el ámbito turístico en España en todos los niveles de gobierno:

- Gobierno central: Ministerio de Industria y Turismo, Secretaría de Estado de Turismo.
- Comunidades autónomas: consejerías de turismo de los gobiernos autonómicos.
- Entes locales: diputaciones provinciales, consells y cabildos insulares.
- Nivel local: departamentos/concejalías de turismo de las entidades locales.

¹²³ Laboratorio de Políticas de Inclusión – Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

¹²⁴ COMISIÓN EUROPEA (2021). [La gobernanza europea: un libro blanco.](#)



Las estructuras ejecutivas dependen de las anteriores (orgánica, funcional o financieramente) para el cumplimiento de sus fines. Son las agencias y entidades de turismo de las comunidades autónomas, diputaciones provinciales y entidades locales. Estas se suelen configurar como entidades y sociedades de diversa naturaleza jurídica de los Departamentos de Turismo competentes en materia turística en cada nivel administrativo. En cuanto al Gobierno central, encontramos a Turespaña, Paradores de Turismo y SEGITTUR.

Existen también otros organismos administrativos que dan respuesta tanto a la necesidad de coordinación interna en los diferentes niveles de gobierno, ligada a la transversalidad de la actividad, como a la necesaria cooperación entre niveles territoriales diversos con competencias para intervenir en el sector turístico. Los principales son la Comisión Interministerial de Turismo y la Conferencia Sectorial de Turismo.

Cooperación entre actores públicos y privados

La naturaleza del proceso de colaboración entre actores públicos y privados es muy diversa, puede plantearse como un mecanismo de desarrollo de una estrategia a largo plazo o estar vinculada a la gestión de un programa concreto y coyuntural. La colaboración puede tener fines muy diferentes: desarrollo de estrategias turísticas, creación de redes de actores, inversión conjunta en campañas de marketing, fomento de la calidad y gestión de las certificaciones o fomento de la capacitación de los recursos humanos turísticos del destino, entre otros.

También son diferentes los mecanismos que sustentan la colaboración: redes de cooperación, partenariados público privados (CPP o PPP) o colaboración a través de participación en una organización de Gestión de Destinos, que sería el modelo más institucionalizado. A nivel estatal destacan el Consejo Español de Turismo (CONESTUR) y la Red Cameral Española.

Colaboración entre actores privados

El sector turístico cuenta con un amplio abanico de asociaciones y federaciones que pueden ser de diversa índole y responder a diferentes necesidades dependiendo de los agentes que la conformen. Así, existen asociaciones y federaciones sectoriales y asociaciones y federaciones multisectoriales y de representación.

2.2.3 Dimensión ambiental

La discusión sobre la relación entre el turismo y la sostenibilidad ambiental ha avanzado mucho en los últimos años y se relacionan con cuatro debates: el primero, el cambio climático y los esfuerzos que puede hacer el sector para la descarbonización y el fortalecimiento de su capacidad de adaptación y resiliencia; el segundo, el papel de los ecosistemas como lugar en el que se desarrolla la actividad turística, incluyendo el papel de biodiversidad en el turismo; el tercero, el consumo de recursos y la búsqueda de modelos basados en la circularidad que permitan disminuirlo; y el cuarto, la adopción de modelos de movilidad sostenible, también ligado a las políticas de descarbonización.

Existe ya normativa de carácter europeo, nacional, autonómica y local que impulsa una transición hacia un modelo más sostenible. También ha aumentado de manera notable la conciencia en el ecosistema turístico sobre la centralidad de la sostenibilidad medioambiental. No obstante, sigue resultando necesario trabajar por el desarrollo de propuestas y procesos concretos para diferentes actores del sector turístico.

Cambio climático

Aumento de las temperaturas y redistribución temporal y espacial de la demanda

A nivel global, 2024 fue el primer año que superó el umbral de calentamiento de 1,5°C por encima de la era preindustrial¹²⁵. La evolución de la temperatura media anual en España muestra la tendencia hacia un aumento generalizado de las temperaturas, especialmente durante la última década. 2024 fue el tercer año más cálido de la serie histórica en España, que arranca en 1961. Tuvo un carácter extremadamente cálido, al igual que los años 2022 y 2023, el primero y segundo más cálidos. La temperatura media anual de España ha ascendido 1.69 °C desde el periodo de referencia. La temperatura promedio del agua del mar de las costas españolas alcanzó los 20 °C, siendo el 2024 el segundo año con las aguas más cálidas¹²⁶.

En España, las olas de calor han aumentado en frecuencia, duración e intensidad a lo largo de las últimas seis décadas¹²⁷. Esto, junto a fenómenos como el aumento generalizado de la temperatura media, temperaturas extremas o aumento de noches tropicales, pueden llegar a modificar significativamente el modelo turístico afectando al confort térmico de las personas visitantes. Esto puede ocasionar una redistribución temporal y espacial de la demanda turística, no sólo por los cambios en las temperaturas del destino, sino también por los nuevos escenarios climáticos en el país de origen. Además, la capacidad de adaptación de la demanda turística ante nuevas condiciones climáticas también tiene que ver con factores sociodemográficos como la edad, el género o el país de residencia.

En este contexto, el *Plan Nacional de actuaciones preventivas de los efectos de los excesos de temperaturas sobre la salud*¹²⁸, impulsado por el Ministerio de Sanidad, cobra especial relevancia como herramienta clave para la protección de la salud pública. Este Plan contempla medidas de vigilancia, prevención y respuesta ante olas de calor epidemiológicas, especialmente dirigidas a los grupos más vulnerables, como personas mayores, población infantil y personas con enfermedades crónicas.

Deterioro, escasez o desaparición de recursos turísticos clave

Algunos recursos turísticos, principalmente naturales y paisajísticos, pueden verse alterados ante un nuevo escenario climático. Numerosos estudios apuntan a la reducción de la disponibilidad de nieve (días y superficie) en estaciones de ski; la disminución de la superficie de playas; la intensificación de periodos de sequía que pueden conducir a restricciones de consumo de agua para usos turísticos; o la pérdida de biodiversidad y calidad paisajística.

El cambio climático está teniendo un impacto importante en la pérdida de hectáreas forestales o la regresión de los glaciares. Así mismo, la gran riqueza de biodiversidad que caracteriza a España se enfrenta a distintos riesgos, siendo el incremento de temperaturas el mayor de estos. En el último siglo se han extinguido, al menos, 17 especies animales y 24 especies vegetales en nuestro país. Por otro lado, el aumento de temperaturas también puede influir en la proliferación de enfermedades, mosquitos, algas, medusas u otras especies que incomoden a los turistas.

Los destinos turísticos más dependientes de estos recursos naturales son más vulnerables ante el cambio climático, como pueden ser los destinos de sol y playa o los destinos de nieve. Sin embargo, todos los tipos de destinos turísticos se ven afectados por el cambio climático. Por tanto, todos deberán implementar medidas de adaptación y mitigación para garantizar su sostenibilidad futura.

¹²⁵ WMO (2025). [State of the Global Climate 2024](#).

¹²⁶ AEMET (2025). [Informe sobre el estado del clima 2024](#).

¹²⁷ MITECO (2024). [Informe CLIVAR-SPAIN sobre el clima en España](#).

¹²⁸ [Plan Nacional de actuaciones preventivas de los efectos de los excesos de temperaturas sobre la salud](#).



Incremento del nivel de mar

El ritmo al que aumenta el nivel del mar en España se ha duplicado en los últimos 30 años, y desde 1993 el nivel del mar sube 2,8 milímetros cada año¹²⁹. En España, el ascenso del nivel del mar ha sido especialmente notable en el área del Estrecho, en el archipiélago canario y en la costa atlántica.

Esta subida del mar podría tener graves consecuencias en nuestro país, considerando la gran extensión de costa que posee. Más concretamente, podría suponer el retroceso de la línea de costa y la pérdida de superficie disponible de las playas, además de efectos sobre de actividad limítrofe y un mayor impacto de los temporales sobre las infraestructuras cercanas a la línea de costa¹³⁰. Será otro factor más de presión sobre las playas, cuya pérdida creciente se relaciona con el déficit de sedimentos agravado por intervenciones humanas (puertos, espigones, canalizaciones, destrucción de dunas...).

Sequía

La sequía, acentuada por el cambio climático, supone un grave problema para España y para el sector turístico en concreto, ya que concentra el mayor volumen de turistas en la época estival, cuando las reservas hídricas disminuyen a causa de las altas temperaturas y el menor volumen de precipitaciones.

No obstante, la situación difiere entre los territorios. Aunque en general, 2024 en cuanto a las precipitaciones, fue un año húmedo en gran parte de la Península, se trató de un año muy seco en el extremo sureste peninsular y en Canarias. De hecho, el archipiélago sufrió el año más seco de toda la serie¹³¹.

Fenómenos meteorológicos extremos

El cambio climático está ocasionando una mayor intensidad y frecuencia de los fenómenos meteorológicos extremos, tales como olas de calor, inundaciones, temporales, lluvias torrenciales o incendios¹³².

En octubre de 2024 tuvo lugar el episodio meteorológico más adverso de lluvias torrenciales de las últimas décadas, que ocasionó irreparables pérdidas humanas y graves pérdidas materiales en la provincia de Valencia. Otras provincias también se vieron afectadas por este fenómeno asociado a una dana: Cuenca, Albacete, Murcia y Málaga.

Además, en 2024 se registraron tres olas de calor. La segunda y tercera olas tuvieron una duración de diez y nueve días respectivamente, siendo la quinta y sexta olas de calor más largas desde 1975¹³³.

Esta situación conllevará la actualización de planes de riesgos y emergencias, así como una mejora en los sistemas de alerta y prevención, pudiendo influir también en la ampliación de las coberturas de los seguros. Así mismo, puede afectar a la percepción del riesgo por parte de potenciales turistas.

Adaptación y mitigación

Las estrategias orientadas a combatir el reto del cambio climático deben actuar en una doble dirección. Por un lado, implementar medidas de adaptación que garanticen la continuidad futura de la actividad turística ante nuevos escenarios climáticos y, por otro, impulsar estrategias de mitigación

¹²⁹ INSTITUTO NACIONAL DE OCEANOGRAFÍA (2023).

¹³⁰ INSTITUTO NACIONAL DE OCEANOGRAFÍA (2023).

¹³¹ AEMET (2025). [Informe sobre el estado del clima 2024](#).

¹³² IPCC (2021). [Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático](#).

¹³³ AEMET (2025). [Informe sobre el estado del clima 2024](#).

que reduzcan y compensen las emisiones de gases de efecto invernadero que genera el turismo. España cuenta con un Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático (PNACC 2021-2030) y, en el ámbito de la mitigación, con el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC 2021-2030).

En este sentido es necesario combinar planteamientos con un enfoque global para las acciones de mitigación, con otras acciones de adaptación a escala local y adaptadas a la vulnerabilidad y riesgos a los que está expuesto cada destino o empresa turística. Más concretamente, las medidas de mitigación tienen que ver con el cálculo, reducción y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero. Las medidas de adaptación son muy diversas, por ejemplo, restauración de ecosistemas, mejora de los sistemas de prevención y gestión de riesgos o diversificación de la oferta turística hacia productos menos dependientes de las condiciones climáticas.

La innovación tecnológica resulta una oportunidad para soluciones de mitigación en el sector turístico, como el uso de materiales sostenibles, tecnologías limpias aplicadas a la edificación o la movilidad, o herramientas digitales para la monitorización de huella de carbono. Así mismo, las estrategias de adaptación pueden apoyarse en soluciones tecnológicas y en soluciones basadas en la naturaleza.

Ecosistemas como lugares donde se desarrolla la actividad turística

La diversidad y riqueza de la biodiversidad en España suponen un gran atractivo turístico y la actividad de muchos de nuestros destinos turísticos se fundamenta en el aprovechamiento de los recursos naturales como, por ejemplo, la costa o las zonas rurales de interior. El medioambiente no sólo es el medio de producción, sino que también es un lugar de consumo turístico y de ocio. Al mismo tiempo, la calidad medioambiental es un factor determinante para la satisfacción de una demanda cada vez más sensibilizada.

En este contexto, el gobierno, la planificación y la gestión del turismo no puede desvincularse de la gestión medioambiental ni de la ordenación territorial. Esta cuestión se trabaja en varios instrumentos: el Plan estratégico estatal del patrimonio natural y de la biodiversidad a 2030¹³⁴ que promueve la conservación, el uso sostenible y la restauración del patrimonio, los recursos naturales terrestres y marinos, la biodiversidad y la geodiversidad; la Estrategia Nacional de Infraestructura Verde y de la Conectividad y Restauración Ecológicas (ENIVCRE) (Orden PCM/735/2021), que regula la implantación y el desarrollo de la Infraestructura Verde en España; y el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad, impulsando, entre otras acciones, el Sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 y fomentando la colaboración reforzada en materia de turismo de naturaleza y biodiversidad con la Secretaría de Estado de Turismo.

En el marco europeo, la UE cuenta con una política de Economía Azul Sostenible¹³⁵ que sirve de marco para la actividad económica relacionada con los mares y océanos, uno de los recursos turísticos principales de nuestro país. Además, la Política Marítima Integrada de la Unión Europea¹³⁶ (PMI) ofrece un planteamiento holístico que coordina las distintas políticas de la UE relacionadas con el mar, como la pesca, el transporte, el medio ambiente y el turismo, para que trabajen conjuntamente y generen mayores beneficios del mar con menores impactos negativos. En el ámbito del turismo, esta política busca desarrollar de forma sostenible el turismo marítimo y costero, coordinando las políticas de diferentes sectores y asegurando un desarrollo equilibrado de estas actividades para proteger el entorno marino y las comunidades costeras. Los objetivos clave de la PMI para el turismo son: desarrollo sostenible, coordinación sectorial, protección del patrimonio y la generación de beneficios económicos.

¹³⁴ MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO. [Plan estratégico estatal del patrimonio natural y de la biodiversidad a 2030](#).

¹³⁵ [Política de Economía Azul Sostenible de la Unión Europea](#).

¹³⁶ [Política Marítima Integrada de la Unión Europea](#).



Circularidad aplicada al turismo

Gestión de recursos hídricos

En España se produce un desigual reparto pluviométrico por razones físicas que divide la península en una España húmeda y la España seca¹³⁷. El principal indicador de la situación hidráulica es el volumen de agua embalsada.

A pesar de tener datos precisos y de calidad sobre consumo de agua en fuentes oficiales, no es posible determinar qué porcentaje del consumo se dedica a la actividad turística, ya que una parte está contabilizada dentro del apartado "abastecimiento" (por ejemplo, alojamientos o piscinas privadas), mientras que otra está dentro de la categoría "industrial" (usos recreativos y ocio). Aunque el tema suscita un interés creciente en todos los subsectores.

En este contexto de riesgo de escasez de agua, las desalinizadoras se presentan como una solución viable para garantizar el acceso al agua potable. Sin embargo, el proceso de desalinización es costoso y requiere de una gran cantidad de energía. Además, su proceso puede llegar a tener impactos ambientales negativos.

Además, el sector está dando avances en la implantación de sistemas para la reducción del uso de recursos hídricos y reutilización de aguas. La tecnología y las soluciones basadas en la naturaleza juegan un papel clave para optimizar el consumo hídrico ligado a la actividad turística.

Es necesario avanzar en sistemas de reutilización de agua (para riego o baldeo, mediante recuperación de aguas grises en alojamientos...), en la eficiencia del uso del agua en el consumo turístico, para lo que resulta necesario medir y trazar el consumo turístico con indicadores específicos (litros por pernoctación, auditorías, reducción de fugas).

Desperdicio alimentario

La restauración es uno de los principales subsectores del turismo, por lo que es esencial fomentar las prácticas sostenibles, reduciendo el desperdicio alimentario como una de las prioridades para el sector.

En España, la mayor parte del desperdicio se concentra en la fase de fabricación de los productos alimenticios y bebidas y en los hogares, con un 33% del total de alimentos desperdiciados en ambos casos. El sector turístico tiene potencial de mejora ya que aún hay hábitos o factores como el exceso de producción, la gestión del inventario, o los hábitos de consumo, en los que se puede incidir.

En enero de 2023 entró en vigor la Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario¹⁴⁰, que trata de fomentar una correcta gestión de los excedentes.

Plásticos y envases

En 2019, la UE implementó nuevas medidas para combatir la contaminación marina causada por plásticos, enfocándose en los diez productos de plástico de un solo uso más frecuentes. La normativa fija metas de uso de plástico reciclado en botellas: un 25% para 2025 y un 30% para 2030.

¹³⁷ MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO (2023). [Usos del Agua en España](#).

¹³⁸ ITH (2025) [Estudio de las buenas prácticas en la gestión hidráulica en los hoteles](#).

¹³⁹ Para ver más detalle, ir a la sección de "Consecuencias para el turismo" del apartado 3.1.3.

¹⁴⁰ MAPA (2024). [Actuaciones en materia de desperdicio alimentario](#).

En 2022, la Comisión presentó una propuesta de regulación sobre envases que fue aprobada en 2024. Esta establece que los países miembros deben reducir la generación de residuos de envases por persona en un 5% para 2030, un 10% para 2035 y un 15% para 2040. Además, a partir de 2030 se prohibirán ciertos envases plásticos de un solo uso, y para 2029 deberá recogerse de forma separada el 90% de los envases de bebidas de plástico y metal de hasta tres litros¹⁴¹. En este sentido, existe un potencial de colaboración por explorar entre la industria del envase y sectores como el turístico para facilitar la inversión en soluciones tecnológicas alineadas con la nueva regulación europea.

La generación de residuos de envases en España en 2022 se situó por debajo de la media de los países de la UE, siendo de 182,9 kilos per cápita, frente a los 186,5 de media de la UE. Respecto al reciclaje de envases, la media de la UE es de 121,9 kilos per cápita, y la media de España de 119,7¹⁴².

Modelos de economía circular en el sector turístico español

Frente al modelo de economía tradicional o lineal, que puede resumirse en un modelo de "tomar, usar y desechar", el modelo de economía circular fomenta el desarrollo económico reduciendo el consumo de recursos, aumentando la vida útil de los productos y promoviendo el uso frente al consumo¹⁴³.

La Estrategia Española de Economía Circular, España Circular 2030¹⁴⁴, sienta las bases para impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible, reduciendo la generación de residuos y aprovechando los que no se pueden evitar.

En mayo de 2022, SEGITTUR presentó la Guía práctica para la aplicación de la economía circular en el sector turístico en España¹⁴⁵, junto con dos manuales que recogen la hoja de ruta y buenas prácticas para destinos y empresas turísticas. Según esta Guía, los problemas medioambientales más relacionados con el turismo son el uso de energía y las emisiones de CO2, el uso de agua, el consumo excesivo, la generación de residuos y la pérdida de biodiversidad; siendo el transporte y el alojamiento los subsectores que más impactan en el medioambiente, seguidos por las actividades que realizan los turistas y la hostelería.

Transición hacia una movilidad turística medioambientalmente sostenible

Es necesario reducir el impacto medioambiental del transporte turístico, ya que el transporte es una de las principales fuentes de emisiones que contribuyen al cambio climático, a la contaminación atmosférica y al ruido. El transporte es el sector con más peso en el global de las emisiones de GEI en España, 32,4% del total en 2023. El transporte por carretera es el apartado más importante en este ámbito ya que por sí solo representa el 30,1% del total del inventario, aunque se redujo un 2,7% respecto al 2022. El transporte aéreo nacional representa el 1,2% del total de las emisiones de España, aunque, en comparación con 2022, se incrementó un 8,0% en términos absolutos.

En global, las emisiones asociadas al transporte en nuestro país disminuyeron un 0,8% respecto a 2022¹⁴⁶, aunque el avance del inventario de 2024 recoge un aumento interanual del 2,1% por lo que el descenso puede no ser representativo a de la evolución a corto plazo.

141 [Cómo reducir los residuos plásticos: medidas de la UE, 2025.](#)

142 EUROSTAT (2024). [Packaging waste statistics.](#)

143 SEGITTUR (2023) [Guía práctica para la aplicación de la economía circular en el sector turístico en España.](#)

144 Gobierno de España. [Estrategia Española de Economía Circular. España Circular 2030.](#)

145 SEGITTUR (2023) [Guía práctica para la aplicación de la economía circular en el sector turístico en España.](#)

146 MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO (2025). [España, Informe Inventarios GEI 1990-2023.](#)



La información disponible sobre emisiones agregadas de transporte turístico corresponde a datos a nivel mundial. Se prevé que, en 2030, las emisiones asociadas al transporte (excluyendo los cruceros) representarán el 23% del total de las emisiones previstas en el transporte y el 5,3% de las emisiones globales¹⁴⁷, no habiendo variado los ratios apreciablemente en el último decenio.

Es importante la sensibilización, medición y publicación de las emisiones relativas a las actividades turísticas y la definición de objetivos con base empírica. Y la optimización de instrumentos y estrategias para escalar las medidas de mitigación a todos aquellos agentes turísticos que tienen un papel que desempeñar.

Sostenibilidad medioambiental en el transporte aéreo

El avión es el medio de transporte predominante en el turismo internacional¹⁴⁸. Además, se prevé que, en el periodo 2016-2030, la proporción de viajes internacionales por vía aérea aumente del 59% al 61%. Se proyecta que en 2030 las llegadas de turistas por vía aérea (tanto internacionales como internos) representarán el 33% de las llegadas totales, generando el 56% de las emisiones asociadas.

Este escenario ha impulsado una respuesta firme por parte de las administraciones y la industria aeronáutica y se están adoptando medidas concretas para avanzar hacia un modelo de transporte aéreo más sostenible. España está demostrando un compromiso sólido y proactivo en esta transición.

A nivel global, cabe resaltar el Plan de Compensación y reducción de Carbono para la Aviación Internacional (CORSIA) de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), en el que España participa activamente desde 2021. Este plan obliga a los operadores aéreos a monitorizar y compensar sus emisiones internacionales, marcando un paso firme hacia la descarbonización del sector.

En el ámbito nacional, Aena lidera con su Plan de Acción Climática 2021-2030, que contempla medidas ambiciosas para mitigar los efectos del cambio climático. Gracias a estas acciones, Aena prevé alcanzar la neutralidad en carbono en 2026, como paso intermedio hacia el objetivo de emisiones netas cero en 2030¹⁴⁹. En la misma dirección, ENAIRE incluye en su plan estratégico el Plan Green Sky¹⁵⁰, cuyo objetivo es contribuir a la movilidad sostenible en el sector del transporte aéreo, minimizando su impacto en el medioambiente y apostando por su descarbonización.

Una de las iniciativas con mayor potencial transformador es el desarrollo y adopción del combustible sostenible de aviación (SAF), una tecnología clave que podría reducir las emisiones del sector hasta en un 65% para 2050¹⁵¹. Aunque actualmente el consumo de SAF representa el 0,05% del consumo total en el sector de la aviación, su promoción es estratégica para la descarbonización del transporte aéreo. Los argumentos a favor del SAF son su eficacia, porque puede utilizarse en las aeronaves e infraestructuras aeroportuarias actuales sin requerir transformación alguna y su impacto, porque supone una reducción real de emisiones, en términos de ciclo de vida, que varía entre un 60% y un 90%, según el tipo de SAF (de origen biológico o sintético).

En Europa, la Comisión Europea ha establecido el marco normativo a través del Reglamento (UE) 2023/2405, relativo a la garantía de unas condiciones de competencia equitativas para un transporte aéreo sostenible (ReFuelEU Aviation), incluido en el Fit-for-55¹⁵², que obliga a los

¹⁴⁷ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y FORO INTERNACIONAL DE TRANSPORTE (2020). [Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte - Modelización de resultados.](#)

¹⁴⁸ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y FORO INTERNACIONAL DE TRANSPORTE (2020). [Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte - Modelización de resultados.](#)

¹⁴⁹ AENA (2024). [Aena renueva la certificación de sus aeropuertos en el programa Airport Carbon Accreditation avanzando hacia la neutralidad en carbono.](#)

¹⁵⁰ Green Sky enfoca sus esfuerzos en cinco grandes líneas de actuación: la reducción de emisiones a la atmósfera a través de la mejora de la eficiencia en vuelo, la atenuación de los niveles sonoros en el entorno de los aeropuertos españoles, la mejora de la gestión ambiental de sus propios centros e instalaciones, la responsabilidad y la excelencia ambientales.

¹⁵¹ IATA (2025). [Developing Sustainable Aviation Fuel \(SAF\).](#)

¹⁵² <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/fit-for-55/>

proveedores de combustible a garantizar una proporción mínima de SAF en los aeropuertos de la UE, comenzando con un 2% en 2025, un 6% en 2030 y aumentando progresivamente hasta alcanzar un volumen mínimo del 70% en 2050¹⁵³. El objetivo final es que el 70% del combustible suministrado en los aeropuertos de la UE sea SAF, de los cuales al menos un 35% debe ser combustibles sintéticos.

El compromiso con la sostenibilidad también se refleja en la renovación de flotas por parte de las aerolíneas, incorporando aeronaves más eficientes y menos contaminantes, con un menor consumo de combustibles y emisiones de CO₂¹⁵⁴, así como el desarrollo de motores eléctricos o de hidrógeno¹⁵⁵. En este ámbito, destaca la Alianza para el Uso del Hidrógeno Verde en la Aviación¹⁵⁶, una iniciativa nacional lanzada en 2023 que posiciona a España como referente en innovación sostenible. A nivel europeo, se suma la Alianza para una Aviación de Cero Emisiones, lanzada por la Comisión Europea en 2022, en la que España también participa activamente".

Sostenibilidad medioambiental en el transporte por carretera: automóvil

Se espera que para 2030, el automóvil seguirá siendo el medio preferido para los viajeros internos, utilizándolo el 42%. Por su parte, las llegadas internacionales realizadas en automóvil supondrán el 26% del total¹⁵⁷.

La principal línea de acción en la actualidad es la electrificación del parque automovilístico. La movilidad eléctrica resulta imprescindible para conseguir los objetivos de descarbonización del transporte en 2050. El Plan Nacional de Energía y Clima (PNIEC) 2023-2030¹⁵⁸ incluye entre sus medidas el impulso del vehículo eléctrico. Con los instrumentos del PRTR se ha conseguido que las matriculaciones de vehículos eléctricos y electrificados —incluyendo coches, furgonetas, motos y autobuses— hayan crecido de manera significativa en los últimos años y se prevé que la renovación del parque automovilístico contribuya a que el ritmo de electrificación se acelere, acompañado por un importante despliegue de la red pública de recarga, según recoge el Reglamento (UE) 2023/1804, relativo a la implantación de una infraestructura para los combustibles alternativos y por el que se deroga la Directiva 2014/94/UE. La mejora en los factores de precio, autonomía de baterías e infraestructura de recarga serán centrales para aumentar el parque eléctrico.

Sostenibilidad medioambiental en el transporte ferroviario

En la Unión Europea, el ferrocarril es responsable de menos del 0,5% de las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al transporte¹⁵⁹. Las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al ferrocarril en 2023 han descendido un 7,2% respecto al año anterior¹⁶⁰. Esto le sitúa en una posición privilegiada como transporte sostenible. Por ello, la conectividad ferroviaria, especialmente la conectividad internacional, está siendo ampliamente impulsada desde las instituciones europeas y desde el Gobierno de España, como en el caso de la Red Transeuropea de Transporte (RTE-T). De este modo, se avanza hacia un modelo de movilidad sostenible que prioriza el ferrocarril como eje estratégico para reducir emisiones y cumplir con las metas climáticas de la Unión Europea.

¹⁵³ IATA. [Fact Sheet: EU and US policy approaches to advance SAF production 2021](#).

¹⁵⁴ PACTO MUNDIAL (2023). [Pacto Mundial – Red Española. Plan de Vuelo: Sostenibilidad](#).

¹⁵⁵ Para que el hidrógeno sea un combustible neutro en carbono, debe utilizarse hidrógeno verde, aquel generado con energía renovable.

¹⁵⁶ Los integrantes de la alianza son el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (MITMA), el gestor aeroportuario AENA, la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA), la Asociación de Líneas Aéreas (ALA), la Asociación Española de Empresas Tecnológicas de Defensa, Seguridad, Aeronáutica y Espacio (TEDAE), la Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP), el Centro Nacional del Hidrógeno (CNH2), Gasnam-Neutral Transport, el Instituto Nacional de Técnica Aeroespacial (INTA), la Plataforma Tecnológica Aeroespacial Española (PAE) y la Plataforma Tecnológica Española del Hidrógeno (PTeH2).

¹⁵⁷ ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y FORO INTERNACIONAL DE TRANSPORTE (2020). [Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte - Modelización de resultados](#).

¹⁵⁸ MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO (2024). [Plan Nacional Integrado de Energía y Clima \(PNIEC\) 2023-2030](#).

¹⁵⁹ MITMA (2021). [Conociendo el ferrocarril](#).

¹⁶⁰ MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO (2025). [Documento de Inventario Nacional de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero](#).



Sostenibilidad medioambiental en el transporte marítimo

En el ámbito de la conectividad marítima, la descarbonización de los cruceros turísticos constituye en la actualidad una de las prioridades del sector. La reducción del impacto medioambiental de este tipo de transporte turístico resulta crucial para la sostenibilidad del turismo.

El proceso de descarbonización del transporte marítimo de personas y pasajeros pasa por la utilización de nuevos combustibles con cero o muy reducidas emisiones a la atmósfera¹⁶¹, y por la electrificación de los puntos de atraque en los puertos para facilitar la conexión de los cruceros a la red cuando se encuentren abarloados. El escenario exige la coordinación de la presente estrategia con la Estrategia Marítima de España 2025-2050¹⁶² y con el Marco Estratégico del sistema portuario de interés general.

Los estudios reclaman, entre otras actuaciones, acciones más estrictas a nivel nacional e internacional. Pero el sector está avanzando, como refleja el compromiso de CLIA (Cruise Lines International Association) de alcanzar las cero emisiones de carbono en los cruceros en 2050. Además de las medidas regulatorias, es imprescindible impulsar la innovación industrial para desarrollar tecnologías marítimas limpias, como combustibles alternativos, electrificación de buques o sistemas de captura de carbono a bordo.

Los estudios reclaman, entre otras actuaciones, acciones más estrictas a nivel nacional e internacional. Pero el sector está avanzando, como refleja el compromiso de CLIA (Cruise Lines International Association) de alcanzar las cero emisiones de carbono en los cruceros en 2050¹⁶³.

Además de las medidas regulatorias, es imprescindible impulsar la innovación industrial para desarrollar tecnologías marítimas limpias, como combustibles alternativos, electrificación de buques o sistemas de captura de carbono a bordo.

Movilidad urbana

Además de los desplazamientos entre origen y destino, la movilidad turística incluye también los desplazamientos en destino. Y la movilidad en destino coincide, en numerosas ocasiones, con la movilidad urbana.

En este sentido, la Ley de Cambio Climático y Transición Energética¹⁶⁴ establece una obligación fundamental para la movilidad urbana. En 2023, los municipios de más de 50.000 habitantes (149 en España), los territorios insulares y los municipios de más de 20.000 habitantes cuando superen los valores límite de contaminación¹⁶⁵ deberán establecer Zonas de Bajas Emisiones (ZBE). La norma define las ZBE como áreas en las que se aplican restricciones de acceso, circulación y estacionamiento de vehículos para mejorar la calidad del aire y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero, conforme a la clasificación de los vehículos por su nivel de emisiones. Estas restricciones van acompañadas de la promoción del transporte público, la movilidad eléctrica, los desplazamientos en bicicleta, patinetes u otros medios de micro movilidad y los desplazamientos a pie.

En conclusión, el incremento en la escala del fenómeno turístico requiere prestar atención a las externalidades negativas que el turismo, como toda actividad económica, genera. Como la literatura académica afirma, el crecimiento de la actividad turística se asocia al desarrollo de la economía de plataformas que supuso la superación del control de la oferta de alojamiento tradicional y la aparición del fenómeno de las VUT; y a un notable abaratamiento de costes del transporte con la

¹⁶¹ Reglamento (UE) 2023/1805, relativo al uso de combustibles renovables y combustibles hipocarbónicos en el transporte marítimo y por el que se modifica la Directiva 2009/16/CE y Reglamento (UE) 2023/1804, relativo a la implantación de una infraestructura para los combustibles alternativos y por el que se deroga la Directiva 2014/94/UE.

¹⁶² DIRECCIÓN GENERAL DE LA MARINA MERCANTE (2025). [Estrategia marítima de España](#).

¹⁶³ [En consonancia con la Estrategia 2023 de la Organización Marítima Internacional \(OMI\) para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero \(GEI\) de los buques 2025](#).

¹⁶⁴ Ley 7/2021, de 20 de mayo, de cambio climático y transición energética.

¹⁶⁵ Los valores límite de contaminantes están regulados en el Real Decreto 102/2011, de 28 de enero, relativo a la mejora de la calidad del aire.

aparición de los viajes low cost. La tendencia al alza del fenómeno turístico en el planeta también se explica por una nueva forma de consumo de los y las ciudadanas del planeta, muy ligado a procesos generados por las redes sociales.

Su mitigación y compensación exige, de acuerdo con toda la literatura al respecto, la intervención de los poderes públicos a través de instrumentos diseñados desde cada una de las diferentes realidades.

Las externalidades medioambientales están relacionadas con diversos factores. Por un lado, el turismo implica movilidad y el aumento global del tráfico de pasajeros, que genera emisiones globales de CO₂. Si el transporte no internaliza las externalidades negativas que estas emisiones generan, se produce un exceso de actividad respecto al equilibrio que se alcanzaría en el marco de un sistema competitivo óptimo.

Por otro lado, la actividad turística implica el consumo de recursos naturales, como el agua, los paisajes o el propio territorio. Además, genera residuos y ejerce presión sobre espacios naturales y ecosistemas marinos y terrestres. Estos motivos hacen necesario avanzar hacia modelos circulares y regenerativos para reducir y compensar las posibles externalidades negativas.

Las externalidades sociales que genera la actividad turística también son variadas y pueden ligarse tanto al crecimiento de la actividad, como a la incorporación de nuevos espacios a la dinámica turística. Cuando el turismo se concentraba sólo en lugares específicamente diseñados para ello, sus externalidades no se percibían del modo en que ocurre hoy, tal y como señalan múltiples trabajos.

La saturación turística es definida por ONU Turismo como "el impacto del turismo en un destino, o en partes del mismo, que influye de manera excesiva y negativa en la calidad de vida percibida por los ciudadanos y/o en la calidad de las experiencias de los visitantes". La saturación afecta a territorios de diferente tipología y escala y no a todos de manera homogénea. Es un concepto complejo que suma, a la dimensión física, una dimensión de percepción. Por ello, no sólo es importante el número de visitantes, sino las diferencias de uso que turistas y residentes hacen de los espacios comunes. Patrones de ocio, ruido, incluso la forma de moverse de los y las turistas, pueden derivar en percepciones de saturación turística por parte de los residentes.

La percepción de saturación se profundiza ante la adaptación de los espacios al uso turístico, perdiéndose otras funcionalidades ligadas a usos tradicionales. Los comercios cambian de un uso orientado a residentes a un uso turístico, desapareciendo la estructura más tradicional y transformándose, en especial, los espacios urbanos. La vivienda, cuya problemática excede con mucho a la vivienda de uso turístico, sufre el turismo como un factor más de presión, especialmente en zonas con alta demanda turística. También el crecimiento de visitantes está relacionado con problemas de congestión puntual en los servicios públicos.

Todos estos factores pueden ocasionar el desplazamiento de residentes y cambios sustanciales demográficos en la estructura del territorio.

La internalización de este tipo de externalidades debe abordarse desde las características específicas del lugar y ser implementadas en las instancias más próximas al problema. Y debe hacerse considerando que el control de los fallos del mercado no puede hacerse convirtiendo el turismo en una actividad reservada para las clases con el poder adquisitivo más elevado.

01 | Datos para entender el turismo en 2025

02 | Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo

03 | Estrategia de Turismo Sostenible

04 | Plan España Turismo 2030

05 | Agradecimientos

3.1 EL CAMINO HACIA LA ESTRATEGIA TURISMO SOSTENIBLE

La recuperación del turismo en España tras el impacto de la pandemia de COVID-19 no puede entenderse sin la movilización de recursos procedentes del instrumento europeo Next Generation EU, que ha desempeñado un papel clave en la reactivación y transformación del sector.

En respuesta a la drástica caída del 77 % en las llegadas internacionales durante 2020 y al desplome de ingresos y empleo¹⁶⁶, el Gobierno de España dirigió una parte sustancial de los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) al turismo, destinando más de 3.400 millones de euros del Mecanismo de Recuperación y Resiliencia (MRR) a la puesta en marcha del *Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico* en su Componente 14¹⁶⁷.

El Componente 14 proponía diferentes instrumentos y acciones que debían cumplir con los siguientes compromisos y principios transversales exigidos por la Comisión Europea:

- Contribuir a las transiciones verde y digital.
- Aportar valor transformador o innovador, sin reproducir esquemas anteriores.
- Respetar el principio de no causar un perjuicio significativo al medio ambiente.
- Promover la cohesión social y territorial, con atención a colectivos vulnerables, zonas rurales o con menor desarrollo económico.

Las acciones se orientaban a la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad, a promover la digitalización e inteligencia para los destinos y el sector turístico, a desplegar estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares y a implementar diversas actuaciones en el ámbito de la competitividad.

El propio *Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico* incluía la elaboración de una Estrategia de Turismo Sostenible de España, construyendo una agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo, impulsando los tres pilares de la sostenibilidad: social, económica y medioambiental.

Desde 2022, se han impulsado acciones diversas que han permitido avanzar en un proceso conjunto de reflexión para abordar el futuro del turismo español.

Así, durante más de dos años, la Secretaría de Estado de Turismo diseñó y condujo un proceso de participación que ha permitido incorporar inquietudes, perspectivas y aportaciones de diversos actores del sector. El objetivo era recoger miradas y aportaciones complementarias para la comprensión, reflexión y discusión sobre los desafíos y oportunidades futuras considerando que, solo a través de la inteligencia colectiva, seremos capaces de abordar objetivos ambiciosos y de generar respuestas innovadoras.

¹⁶⁶ Instituto Nacional de Estadística. (2021). Cuenta Satélite del Turismo en España. Año 2020. <https://www.ine.es>

¹⁶⁷ <https://planderecuperacion.gob.es/politicas-y-componentes/componente-14-plan-de-modernizacion-y-competitividad-del-sector-turistico>



El proceso de discusión y debate ha incluido una amplia representación territorial de agentes del ámbito público, del sector privado y de la sociedad civil, a través de diferentes formatos. Así, se han realizado:

- Entrevistas individuales con expertos y expertas en turismo para incorporar conocimiento, visión y buenas prácticas inspiradoras.
- Sesiones de debate con mesas de contraste con especialistas en el tema sobre el que se discutía y que han aportado su conocimiento técnico.
- Grupos de trabajo conformados por representantes del Consejo Español de Turismo (CONESTUR) en los que sus miembros han incorporado perspectivas, intercambiado opiniones y generado propuestas sobre distintos componentes del documento.

Aunque el proceso de diálogo y escucha se ha mantenido durante todo el recorrido para la elaboración de la Estrategia, se intensificó durante la primera fase de trabajo, llegando a contactar con casi 300 entidades e involucrando a más de 195 en espacios de trabajo activos.

En la fase final de elaboración del marco de la Estrategia, el proceso participativo ha perseguido dos objetivos principales. En primer objetivo era determinar los instrumentos que darán respuesta a las diferentes metas estratégicas. Para ello, se han llevado a cabo varios grupos con expertas y expertos en distintos instrumentos y no sólo procedentes del sector turístico, pues se quería ampliar la mirada hacia soluciones exitosas en otros ámbitos y que pudieran ser inspiradoras para enfrentar los retos del turismo.

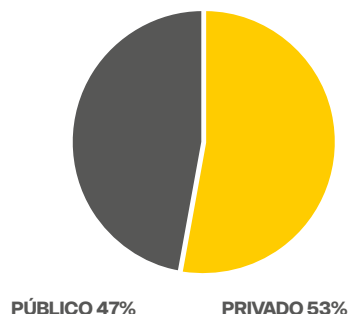
En estos grupos se ha discutido sobre distintas propuestas, se han identificado buenas prácticas aplicadas tanto en el sector turístico, como en otros sectores económicos y se han detectado posibles obstáculos y soluciones para su implementación.

El segundo objetivo, ha sido incorporar la perspectiva de las generaciones más jóvenes, quienes serán los futuros turistas y profesionales del sector turístico. Al mismo tiempo, se buscaba facilitar un espacio de debate y reflexión entre personas jóvenes y expertos en una fase final de elaboración de esta Estrategia.

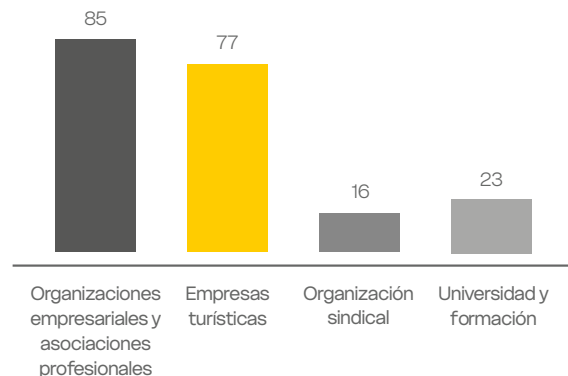
DATOS SOBRE EL PROCESO DE PARTICIPACIÓN DE LA PRIMERA FASE

296 personas contactadas, 195 participantes finales

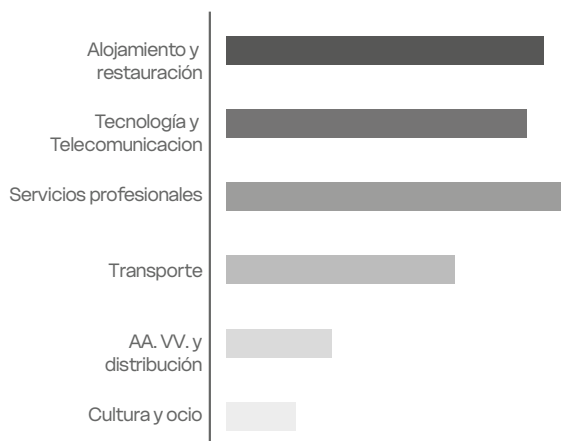
Representación público-privada



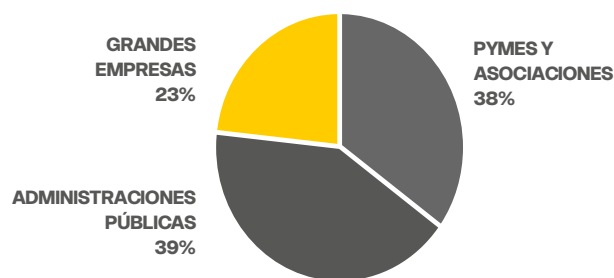
Diversidad de ámbitos



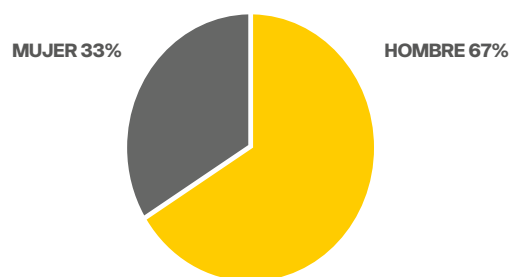
Las empresas, del conjunto de la cadena de valor



Tamaño de las organizaciones participantes



Participación de mujeres y hombres



Representantes de todo el país

Representantes públicos, privados y de la sociedad civil de las **17 comunidades autónomas** y las **2 ciudades autónomas**.

En el seno del CONESTUR, reunido el 9 de octubre de 2024, se presentaron los principios orientadores que articularían la Estrategia de Turismo Sostenible, la visión y misión de esta y el cuadro de metas que era el resultado del amplio proceso de debate y escucha previo.

También se discutieron, en este mismo foro, las propuestas sobre qué metas deberían ser prioritarias para el sector público y para el sector privado y sobre posibles líneas de acción que complementarían las inicialmente previstas.

Estos principios orientadores, la visión, el objetivo general y las metas comunes de la Estrategia de Turismo Sostenible de España se exponen a continuación.



3.2 PRINCIPIOS ORIENTADORES

La Estrategia Turismo Sostenible de España se apoya en dos principios que permiten estructurar los debates y ordenar las diferentes visiones y desafíos dándoles un sentido coherente. Ambos principios orientan el conjunto de las acciones.

1. Situar a las personas en el centro

La expresión "el turismo son personas" tiene un significado profundo que subraya el carácter humano y social del fenómeno turístico. Esta frase, utilizada con frecuencia en entornos institucionales, académicos y profesionales, señala la idea de que el turismo trata, ante todo, de interacciones entre seres humanos.

Partiendo de esta idea, se pretende que todas las líneas de acción derivadas de la presente estrategia tengan como punto de partida a los destinatarios de cualquier actuación que se implemente, personas con distintos roles en el ecosistema turístico.

El papel de las personas y el valor de su talento es el pilar sobre el que se construye el sector turístico y es, por tanto, desde donde se debe construir la Estrategia Turismo Sostenible de España.

Personas que hacen destinos

Hay personas que diseñan, planifican, gestionan y protegen los destinos turísticos. Responsables públicos (locales, regionales y nacionales), técnicos y técnicas en planificación territorial o en patrimonio, operadores institucionales y actores del desarrollo local. Su función es garantizar que el turismo pueda desarrollarse del mejor modo y que se articule de manera coherente en el territorio de manera sostenible, coherente con la identidad local y en beneficio del conjunto de los residentes.

Personas que crean trabajo

Cientos de personas empresarias, emprendedoras e inversoras, generan empleo y dinamizan el tejido productivo del sector. A través de su actividad empresarial — en alojamiento, restauración, transporte, tecnología, cultura, ocio o experiencias— contribuyen a la generación de riqueza, innovación y oportunidades económicas, tanto en destinos consolidados, como en zonas rurales emergentes, despobladas o en transición. Su liderazgo es clave para el desarrollo de un modelo turístico competitivo y con valor añadido.

Personas que trabajan

Este grupo engloba a los profesionales del sector turístico en todas sus ramas: son el rostro visible del turismo y el motor diario de la experiencia turística. Su cualificación, condiciones laborales y motivación tienen un impacto directo en la calidad, autenticidad y sostenibilidad del destino. Promover su formación continua y empleo con prestigio es esencial para el futuro del sector.

Personas que acogen personas

Los destinos son territorios en donde residen personas. Los residentes y comunidades locales conviven con el turismo y participan en la experiencia de acogida. Su actitud, hospitalidad, tradiciones y forma de vida conforman el carácter auténtico de los destinos. Para que el turismo sea verdaderamente sostenible, es imprescindible que las personas que habitan los destinos se sientan partícipes, escuchadas y beneficiadas. Un turismo respetuoso con el residente favorece la cohesión social, el arraigo y la convivencia.

Personas que viajan

Son el punto de partida y llegada del fenómeno turístico. Las personas que viajan, más allá de consumidores, son también actores con capacidad de decisión ética y ambiental. Fomentar un turismo responsable e informado fortalece la experiencia turística y reduce los impactos negativos sobre el entorno y los residentes.

2. Interrelación entre la sostenibilidad económica del sector y la sostenibilidad social y medioambiental de los destinos

Desde la década de 1980, la sostenibilidad en el turismo ha sido objeto de atención y debate, consolidándose como un principio rector en políticas y discursos institucionales. Sin embargo, a pesar de los avances en la conceptualización y la formulación de estrategias, la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el sector turístico ha sido limitada.

Una de las barreras para este avance ha sido considerar que era posible trabajar de manera paralela en las tres dimensiones que integran el concepto. Pero la sostenibilidad del turismo es un solo concepto que consta de tres niveles interconectados.

Así, la sostenibilidad económica depende de la sostenibilidad social de la actividad y ambas de la sostenibilidad medioambiental del territorio. Dicho de otro modo, la sostenibilidad económica del sector turístico depende de la sostenibilidad social y medioambiental de los destinos en los que se desarrolla la actividad. Este concepto de sostenibilidad anidada apunta a la necesaria conexión entre las diferentes dimensiones.





3.3 MISIÓN Y VISIÓN DE LA ESTRATEGIA TURISMO SOSTENIBLE ESPAÑA 2030

Partiendo de estos principios y considerando que la Estrategia Turismo Sostenible España 2030 busca fortalecer la sostenibilidad y mejorar la resiliencia del modelo turístico español en su conjunto para que pueda adaptarse de manera adecuada, eficiente y rápida a los factores cambiantes que condicionan su futuro, se establece, como misión compartida:

Misión

Convertir a España en el referente mundial del turismo sostenible, poniendo a las personas en el centro del ecosistema y situando la responsabilidad y el equilibrio como los valores que orienten la actividad.

La misión de la Estrategia Turismo Sostenible España 2030 se configura en torno al principal objetivo que se pretende alcanzar en el horizonte 2030.

Visión

Consolidar el turismo como motor de desarrollo económico responsable, potenciando su competitividad, aportación económica, capacidad de distribución de prosperidad en los territorios y generando oportunidades a la sociedad y a la ciudadanía.

3.4 METAS ESTRATÉGICAS

El cumplimiento y el éxito de una estrategia de turismo sostenible para España se basa en que el conjunto de actores públicos y privados del ecosistema turístico desarrollen y lideren política, planes y programas propios que se orienten a unas metas comunes.

Los dos principios que articulan la estrategia -las personas que, desde diferentes roles, construyen el turismo y la interrelación entre la sostenibilidad económica del sector y la sostenibilidad social y medioambiental de los destinos- junto con la misión y objetivo general señalado, permiten avanzar en una propuesta de metas que ordena los múltiples debates que existen en la actualidad y establece un marco claro desde el que cada nivel de gobierno, central, comunidades autónomas y gobiernos locales, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil puedan proponer líneas de acción concretas.

Así las metas representadas en el siguiente cuadro combinan, en el eje vertical, los roles que las personas asumen en el turismo, construyendo destinos, creando trabajo, trabajando, acogiendo a otras personas o viajando. Y en el horizontal, el acento más económico, social o medioambiental de la sostenibilidad.

METAS COMUNES PARA EL ECOSISTEMA TURÍSTICO DE ESPAÑA

		SOSTENIBILIDAD		
		Económica	Social	Medioambiental
PERSONAS	Personas que hacen destinos DESTINOS	Meta 1 Transformar los destinos turísticos españoles	Meta 2 Potenciar gobernanza colaborativa	Meta 3 Turismo verde y azul
	Personas que crean trabajo EMPRESAS	Meta 4 Innovación competitiva	Meta 5 Empresas responsables	Meta 6 Economía circular
	Personas que trabajan TALENTO	Meta 7 Talento	Meta 8 Equidad laboral	Meta 9 Doble transición y empleo turístico
	Personas que acogen personas RESIDENTES	Meta 10 Cohesión social	Meta 11 Cultura viva y patrimonio cultural	Meta 12 Compromiso medioambiental
	Personas que viajan TURISTAS	Meta 13 Marketing responsable	Meta 14 Sensibilización social	Meta 15 Concienciación ambiental

Estas quince metas, comunes al ecosistema turístico de España, se definen del siguiente modo.

✧ Meta 1. Transformar los destinos turísticos españoles

La sostenibilidad del turismo español depende, en gran medida, de los destinos y de su capacidad para gestionar el fenómeno turístico. Por ello es necesario el fortalecimiento de las organizaciones de gestión turística locales, mediante el acompañamiento a los equipos y la creación de redes de intercambio de conocimientos.

También es imprescindible reconocer la diversidad de destinos que coexisten en nuestro país y desplegar estrategias diferenciadas de inversión, renovación e impulso de acuerdo con sus características particulares. Los destinos turísticos no son otra cosa que pueblos, ciudades y territorios, con políticas urbanas, rurales y territoriales. En este sentido, la articulación entre las políticas orientadas a la gestión del turismo con otras políticas sectoriales que afectan a los residentes y al territorio debe estar coordinadas entre sí.

De este modo, la regeneración de destinos de sol y playa se debe proponer de manera alineada con las políticas urbanas que incluyan renovación de infraestructuras y financiación innovadora. Además, es clave intervenir en destinos urbanos con mejoras en el entorno físico y en la convivencia de funcionalidades urbanas y turísticas.

Paralelamente, se requieren acciones específicas en zonas rurales y naturales que fomenten la cohesión territorial e impulsen el ecoturismo y garanticen la plena coherencia de la actividad turística con los objetivos ambientales y la conservación, restauración y uso sostenible de los ecosistemas y la biodiversidad.



✱ Meta 2. Gobernanza colaborativa

Las características de la propia actividad turística hacen imprescindible avanzar hacia la consolidación de un modelo de gobernanza colaborativa basado en el alineamiento y la cooperación de los actores del ecosistema. Es necesario reforzar la colaboración interna en todos los diferentes niveles de gobierno, reflexionar sobre los espacios de gobernanza público-privada, incorporando en ellos asesoramiento experto y participación ciudadana y fortalecer a las asociaciones privadas que facilitan la cooperación intra e intersectorial.

A nivel territorial también sería necesario impulsar redes de cooperación entre destinos y consolidar entidades intermedias y conectar el turismo con otras actividades económicas mediante programas territoriales e iniciativas de intercambio.

✱ Meta 3. Turismo verde y azul

Es crucial avanzar conjuntamente en la lucha contra el cambio climático a través de la reducción de emisiones, la implementación de medidas de adaptación y la gestión eficiente de recursos, que integre la circularidad en toda la cadena de valor.

Asimismo, la actividad turística debe tener en consideración sus impactos y dependencias sobre la biodiversidad y contribuir a los objetivos de conservación y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas, que son la base fundamental para la actividad turística.

En este sentido, alcanzar un acuerdo entre todos los agentes del ecosistema turístico para lograr una descarbonización paulatina del sector y consolidar su compromiso con la lucha contra el cambio climático es una meta crucial para el año 2030. Es también necesario integrar la gestión del mar y el litoral en la planificación turística, por su innegable protagonismo en el turismo español.

✱ Meta 4. Innovación competitiva

La sostenibilidad futura del turismo de España supone potenciar la competitividad del sector mediante la innovación, la digitalización y la calidad. El uso estratégico de la digitalización permitirá generar una mayor inteligencia del turista, entendiendo comportamientos y preferencias. Por su parte la adopción de inteligencia turística e innovadoras por pymes y micro pymes debería favorecer su modernización y reducción de la brecha digital. Adicionalmente, el emprendimiento innovador puede suponer una importante palanca de crecimiento en el sector turismo, ya que permite diferenciar destinos y servicios en un mercado altamente competitivo.

La innovación competitiva también necesitaría mejorar el entorno normativo, simplificando el mapa de cumplimiento.

Otro objetivo clave para la competitividad es consensuar un modelo de experiencia turística que supere la idea de producto, sea operativamente útil y comercializable, así como rediseñar procesos y servicios turísticos en clave de sostenibilidad y digitalización.

✱ Meta 5. Empresas responsables

Hay que apoyar y comunicar las acciones de ESG — ASG (sostenibilidad, ambiental social y gobernanza) y debida diligencia del sector turístico para mejorar la comprensión de su capacidad de generar bienestar en los territorios en donde crean trabajo y fomentar entornos laborales diversos.

También sería conveniente fomentar el diálogo entre el turismo y otros sectores para afrontar retos comunes del territorio y compartir experiencias.

✱ Meta 6. Economía circular

El sector turístico es clave en la lucha contra el cambio climático. Las empresas del sector contribuyen ya a la disminución de las emisiones y promueven la economía circular en toda la cadena de valor turística. Pero hay que profundizar en esta meta, pues es un paso crucial para avanzar en la senda de un turismo responsable con el medio ambiente y comprometido con la preservación de nuestro planeta.

Es esencial implantar prácticas de economía circular que permitan una gestión más eficiente de los recursos y un menor consumo, mediante planes de gestión de residuos, reducción del desperdicio alimentario, consumo de productos locales y de cercanía, o incorporación del sector a iniciativas internacionales sobre plásticos.

También hay que apoyar la adaptación de los medios de transporte a la normativa europea mediante hojas de ruta sectoriales de descarbonización y desarrollo de combustibles alternativos.

✱ Meta 7. Talento

Es indispensable continuar poniendo en valor a las personas que trabajan en el sector, ya que son un elemento esencial para su sostenibilidad económica. Para ello hay que poner en marcha acciones diversas para orientar y apoyar en distintas etapas. Para los procesos iniciales hay que abordar análisis de tendencias vocacionales y los procesos de captación. Para la mejora de la fidelización del talento hay que avanzar planes de carrera atractivos, lo que resulta más complejo en el caso de las pymes, y en medidas de bienestar laboral. También son importantes los programas de relevo y convivencia generacional.

La formación es una pieza clave en el sistema, lo que exige seguir avanzando en la formación dual y colaborar en la actualización de contenidos en diferentes niveles educativos. También en el caso de la formación, la innovación y la transformación digital, recogidas en los módulos asociados a las habilidades y capacidades transversales (digitalización y sostenibilidad aplicadas al sector productivo, itinerario personal para la empleabilidad e inglés profesional), son clave.



✱ Meta 8. Equidad laboral turística

Sería necesario el impulso de acuerdos que garanticen buenas condiciones y bienestar laboral en el sector turístico. También hay que mejorar el prestigio del empleo turístico, reforzando su imagen pública y un conocimiento más profundo sobre la diversidad profesional del sector.

Un eje fundamental es garantizar la igualdad de oportunidades, la inclusión laboral de personas con discapacidad y otros colectivos en situación de vulnerabilidad en el empleo turístico para mejorar la percepción de este como una opción profesional atractiva y sostenible.

✱ Meta 9. Doble transición y empleo turístico

La doble transición, verde y digital, tiene un impacto directo en el empleo turístico. Hay que entender cómo estos procesos de transformación impactan en los y las profesionales existentes y emergentes y cómo prepararlos para afrontar estos cambios con garantías. El objetivo es proteger la empleabilidad, promover la adaptación laboral y evitar desigualdades en el acceso a nuevas oportunidades dentro del sector.

En definitiva, se trataría de acompañar a las personas trabajadoras del turismo hacia un modelo más sostenible y tecnológicamente avanzado sin dejar a nadie atrás.

✱ Meta 10. Cohesión social

La meta persigue encontrar un equilibrio entre el desarrollo de la actividad turística y la preservación del entorno social de los residentes.

En este sentido, las tecnologías podrían ayudar en la medición y control de la capacidad de carga de destinos y enclaves turísticos, favoreciendo la convivencia entre las personas visitantes y residentes. Otro objetivo central es reforzar la regulación y el control de las viviendas de uso turístico, garantizando su adecuación a las normativas y evitando impactos negativos en los destinos.

También es preciso impulsar el desarrollo turístico en territorios con reto demográfico, como vía para dinamizar la economía local y combatir la despoblación. Finalmente, se aborda la necesidad de hacer más accesibles los destinos turísticos, integrando criterios de accesibilidad en toda la cadena de valor del sector.

✱ Meta 11. Cultura viva y patrimonio cultural

La cultura es un proceso dinámico, en constante transformación, producido por la interacción de las personas en su entorno. La cultura local no es un conjunto estático de tradiciones, sino una red viva de expresiones que evolucionan con los propios residentes. La preservación y el fomento de las prácticas culturales locales cobra una importancia crítica para la sostenibilidad del turismo, como fenómeno profundamente ligado a la curiosidad por conocer y entender a otros.

También los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial son apreciados de manera creciente por los visitantes por lo que es necesario mejorar la incorporación del uso turístico en los planes de gestión orientados a su conservación y rehabilitación.

✱ Meta 12. Compromiso medioambiental

El cuidado conjunto entre residentes y sector turístico de la sostenibilidad medioambiental de los destinos pueden desarrollar una conexión y compromiso emocional con la actividad que mejore el conocimiento de la actividad, la reputación y la responsabilidad.

✱ Meta 13. Marketing responsable

Se deberían diseñar e implementar estrategias de marketing concebidas desde la comprensión del destino como un espacio de convivencia entre turistas y residentes, colaborando con empresas comprometidas con la sostenibilidad y promoviendo el comportamiento responsable de los turistas en destino.

Desde la perspectiva de la demanda internacional, estas estrategias deberían priorizar la captación de segmentos que optimicen la rentabilidad social y económica de la actividad turística, avanzando en la mejora de la percepción de España como destino comprometido con la sostenibilidad entre los turistas internacionales.

✱ Meta 14. Sensibilización social

Es importante desarrollar una comunicación orientada a informar y sensibilizar a los turistas internacionales que nos visitan sobre su impacto en el destino y la importancia de adoptar prácticas y comportamientos responsables en los entornos sociales que los acogen.

✱ Meta 15. Concienciación ambiental

Asimismo, es preciso desarrollar una comunicación dirigida a concienciar a los turistas nacionales e internacionales que visitan nuestro país sobre la necesidad de adoptar prácticas y comportamientos responsables, así como a la difusión entre estos de los logros y buenas prácticas que en materia de responsabilidad social y medioambiental desarrolle nuestra oferta turística, subrayando cómo estos comportamientos contribuyen a mejorar su experiencia turística en España.

01 | Datos para entender el turismo en 2025

02 | Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo

03 | Estrategia de Turismo Sostenible

04 | Plan España Turismo 2030

05 | Agradecimientos

El marco de trabajo de la Estrategia Turismo Sostenible de España plantea un escenario inspirador para el conjunto del país. Se concibe como una agenda compartida por actores públicos, privados y sociedad civil para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo.

La misión común de convertir a España en el referente mundial del turismo sostenible, poniendo a las personas en el centro del ecosistema y la responsabilidad y equilibrio como los valores que orienten la actividad, exige la implicación de actores muy diversos, con liderazgos complementarios.

El avance hacia ello implica el compromiso de:

- Los tres niveles de gobierno -gobierno central, comunidades autónomas y entes locales-, tanto de sus organizaciones directamente vinculadas con el turismo, como de otras con competencias que son indispensables para avanzar en dicho camino.
- Del conjunto del empresariado turístico, tanto sus grandes empresas, las pymes, las micropymes y las personas autónomas.
- Y los agentes sociales y organizaciones del tercer sector, asociaciones y fundaciones que generan y aportan valor al turismo.

Cada una de las instituciones y organizaciones que se dedican al turismo en este país pueden contribuir al avance del objetivo colectivo de consolidar el turismo como motor de desarrollo económico responsable, potenciando su rentabilidad y su capacidad de distribución de prosperidad en los territorios y generando oportunidades a la sociedad y la ciudadanía.

Las quince metas establecidas articulan los debates y posibilitan que los distintos actores del ecosistema turístico avancen de manera autónoma hacia su cumplimiento, desde sus respectivas posiciones sociales, ámbitos competenciales y objetivos institucionales, contribuyendo así a la coherencia y eficacia de la estrategia en su conjunto.

Con el objetivo de contribuir a la agenda compartida descrita y avanzar hacia las 15 metas comunes, el Gobierno de España propone el Plan España Turismo 2030.

El Plan España Turismo 2030 recoge la inversión y la potencia transformadora del Componente 14, analiza los retos que surgen del diagnóstico compartido y su relación con las 15 metas acordadas y proyecta una nueva etapa en la que la sostenibilidad del turismo se convierte en el principio vertebrador de todas las actuaciones. Y, siendo el turismo un fenómeno profundamente transversal, el Gobierno de España impulsa un enfoque integral de la política turística que refuerza la coordinación y la cooperación.

Para ello, el Plan España Turismo 2030 propone 5 programas, 20 objetivos, 50 medidas y 148 acciones, en línea con nuestra visión de futuro y de acuerdo con distintas competencias del gobierno central.



4.1 EL IMPULSO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR) A LA SOSTENIBILIDAD DEL MODELO TURÍSTICO ESPAÑOL

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) se configura en torno a cuatro ejes transversales, que aglutinan diez políticas palanca y 30 componentes que articulan programas de inversiones y reformas para avanzar hacia la consecución de un país más verde, digital, cohesionado e igualitario. Con todo ello, las inversiones y reformas contenidas e impulsadas por este Plan resultan de relevancia para el conjunto de sectores que conforman la economía española ya que, aunque gran parte de los componentes cuentan con una naturaleza transversal, otros están específicamente dirigidos a estimular determinados sectores económicos, como pueden ser la movilidad y el transporte, la cultura, el comercio o el turismo, entre otros¹⁶⁸.

Dentro del PRTR, el Componente 14, Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico¹⁶⁹ está destinando más de 3.400 millones de euros a la puesta en marcha de acciones que están ya avanzando en algunos de estos objetivos.

El diseño de acciones innovadoras y la implantación de nuevas líneas de trabajo son ya parte del avance en el cambio de modelo que impulsa el Gobierno de España.

COMPONENTE 14, PLAN RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA 3.400 M€			
TRANSFORMACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO HACIA LA SOSTENIBILIDAD	DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA PARA DESTINOS Y SECTOR TURÍSTICO	RESILIENCIA TURÍSTICA PARA TERRITORIOS EXTRAPENINSULARES	ACTUACIONES ESPECIALES EN EL ÁMBITO DE LA COMPETITIVIDAD
Estrategia de Turismo Sostenible	Digitalización de Empresas, programa "Última Milla"	Acciones de modernización y reconversión de infraestructura turística, diversificación y transición hacia una economía digital y verde en Illes Balears, Canarias, Ceuta y Melilla	Experiencias Turismo España
Planes sostenibilidad en destinos	Digitalización DTI		Programa Impulsa Patrimonio Cultural
Evolución SICTED y Anfitriones	Plataforma Inteligente de Destinos		Planes de apoyo al comercio en zonas de gran afluencia turística
Planes Sostenibilidad Social	Plataforma de Innovación abierta		Programa de eficiencia energética y economía circular
1.923 M€	337 M€	220 M€	920 M€

Estrategia sostenibilidad en Destinos y Planes de Sostenibilidad en Destinos

Actuación cooperada entre los tres niveles de la Administración -Administración General del Estado, comunidades autónomas y entidades locales- para configurar en cada territorio y destino una respuesta específica ajustada a su realidad. El programa aglutina más de 7.400 actuaciones repartidas por todo el país que están mejorando la sostenibilidad del modelo turístico en términos sociales, ambientales y económicos.

¹⁶⁸ En el Anexo I se analiza la oportunidad y relación derivada de los distintos componentes del PRTR para el turismo español, ya que su transversalidad supone que muchos de los componentes y reformas definidas en el Plan le afecten, con mayor o menor intensidad.

¹⁶⁹ <https://planderecuperacion.gob.es/politicas-y-componentes/componente-14-plan-de-modernizacion-y-competitividad-del-sector-turistico>

Evolución programas SICTED y Anfitriones

Diversas actuaciones de impulso para la evolución de las metodologías de trabajo y las herramientas de apoyo para que los destinos puedan trabajar con sus ecosistemas empresariales cercanos. Además, están previstas actuaciones de sensibilización y capacitación, lo que ha implicado la actualización del programa formativo Anfitriones. Planes de Sostenibilidad Social.

Programa transferido a las comunidades autónomas para llevar a cabo actuaciones de impulso a la sostenibilidad social del turismo en un sentido amplio. Se han desarrollado, por ejemplo, campañas de sensibilización o guías de buenas prácticas.

Digitalización de empresas turísticas "Última Milla"

Programa de ayudas para avanzar en la transición digital de las empresas turísticas, con especial incidencia en las pymes, beneficiándose casi 500 empresas. Esta línea ha permitido fortalecer sinergias entre empresas tecnológicas y turísticas para desarrollar soluciones tecnológicas innovadoras y para implantar soluciones tecnológicas ya en mercado en las empresas turísticas. La finalidad última de los proyectos de transformación digital es mejorar la gestión de las empresas en su relación con clientes, en la gestión de sus beneficios o en su posicionamiento de marca.

Digitalización DTI

Línea de apoyo a proyectos de contenido tecnológico e innovador que promueven la digitalización de los miembros titulares de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. Se han beneficiado casi 50 destinos turísticos que, entre otras acciones, han implementado sistemas inteligentes para gestionar y tratar información, mejorando la eficiencia y calidad de servicios clave del destino, como movilidad y seguridad.

Plataforma Inteligente de Destinos (PID)

Evolución del modelo DTI y puesta en marcha de la PID. Para ello se impulsa una línea de ayudas para que un primer grupo de destinos trabajen en la fase inicial de la PID desarrollando sus propias plataformas y casos de uso para adherirse al nodo central. Es un proyecto pionero a nivel mundial en la compartición de datos turísticos y aplicación de la inteligencia artificial para mejorar la gestión sostenible de los destinos y gobernar el turismo.

Plataforma de Innovación Abierta (PIA)

Desarrollo de una plataforma que complementa a la PID para ofrecer al sector tecnológico y turístico de España un espacio para la compartición de datos turísticos habilitando espacios de experimentación (sandboxes). El objetivo es generar aplicaciones y servicios para toda la cadena de valor turística.



Ayudas a organismos de investigación y de difusión de conocimientos para proyectos de I+D para dar respuesta a los retos de los destinos turísticos

Programa de impulso a la investigación científica de calidad para avanzar en el conocimiento turístico y ofrecer soluciones a retos medioambientales, económicos y tecnológicos, mejorando la competitividad y resiliencia de los destinos en España. Así mismo, ha fomentado la difusión, transferencia y aplicabilidad del conocimiento generado hacia los destinos para su utilización por parte de los gestores públicos del destino, especialmente a nivel local.

Acciones de modernización y reconversión de infraestructura turística, diversificación y transición hacia una economía digital y verde en Illes Balears, Canarias, Ceuta y Melilla

Línea de financiación específica para los dos archipiélagos -Illes Balears y Canarias- y las dos ciudades autónomas -Ceuta y Melilla-. En el primer caso, las actuaciones se orientan a la modernización y reconversión de servicios e infraestructuras turísticas, formación, estrategias de diversificación y desestacionalización y gestión de la presión turística. En el segundo caso, las medidas promueven el impulso de la actividad turística en Ceuta y Melilla, poniendo en valor el patrimonio histórico y cultural y creando y mejorando infraestructuras y servicios turísticos.

Experiencias Turismo España

Programa pionero y muy innovador cuya finalidad es fortalecer las redes de actores que trabajen en la creación o adaptación de experiencias a nivel país, así como aumentar y mejorar la sostenibilidad de la oferta de experiencias turísticas en España, fomentando su promoción internacional. Más de 400 entidades públicas y privadas agrupadas en más de 70 proyectos han participado en este programa, contribuyendo a una oferta más sofisticada y diversificada.

Programa Impulsa Patrimonio Cultural

Se combinan actuaciones de mantenimiento, restauración y revalorización del patrimonio cultural con uso turístico y de bienes de interés cultural en Paradores. Se han beneficiado más de 200 bienes patrimoniales, muchos de ellos ubicados en zonas rurales, por lo que se ha avanzado en diversificación y desconcentración de la oferta turística.

Planes de apoyo al comercio en zonas de gran afluencia turística

Las inversiones a cargo de esta línea de ayudas tienen como objetivo el fortalecimiento de la actividad comercial en zonas de gran afluencia turística, financiando proyectos de impulso a la competitividad, innovación y modernización de la oferta comercial local, ligada a la llegada de visitantes a estas zonas comerciales.

Programa de eficiencia energética y economía circular

Línea de ayudas transferida a las comunidades autónomas para mejorar la eficiencia energética y la economía circular de las empresas turísticas. Cada comunidad autónoma ha adaptado las convocatorias a su realidad sectorial. Se están mejorando la envolvente térmica de los establecimientos turísticos o la eficiencia energética de instalaciones térmicas y frigoríficas;

impulsando instalaciones fotovoltaicas; sustituyendo equipos y electrodomésticos por otros más eficientes; automatizando y sofisticando el control de consumos energéticos e hídricos y diseñando acciones para la gestión de residuos.

En el siguiente cuadro se describen las actuaciones que, con recursos provenientes del componente 14 del PRTR, ligado al Fondo Next Generation UE, se están implantando por diversos actores del ecosistema turístico.



RELACIÓN ENTRE PROGRAMAS DEL C14 Y OBJETIVOS DEL PLAN ESPAÑA TURISMO 2030

ESPAÑA TURISMO 2030 - PLAN GOBIERNO ESPAÑA

COMPONENTE 14, PLAN RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

OBJETIVOS	TRANSFORMACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO HACIA LA SOSTENIBILIDAD	DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA PARA DESTINOS Y SECTOR TURÍSTICO	RESILIENCIA TURÍSTICA PARA TERRITORIOS EXTRAPENINSULARES	ACTUACIONES ESPECIALES EN EL ÁMBITO DE LA COMPETITIVIDAD
	1.923 M€	337 M€	220 M€	920 M€
TURISMO 2030 - DESTINOS				
Incrementar las capacidades de gestión de los destinos, mejorando el proceso de toma de decisiones				
Impulsar la mejora y prosperidad de diferentes tipologías de destinos				
Fortalecer la resiliencia de los destinos ante crisis diversas				
Promover mejoras en los sistemas de gobernanza colaborativa del turismo				
Avanzar hacia destinos comprometidos con la sostenibilidad ambiental y más resilientes, seguros y prósperos en el nuevo contexto climático				
Liderazgo internacional y cooperación				
TURISMO 2030 - EMPRESAS				
Impulsar la transformación digital de las empresas turísticas				
Afrontar con mayor eficacia las barreras relacionadas con el tamaño de las empresas turísticas y con un entorno normativo complejo				
Consolidar experiencias turísticas sostenibles y comercializables en el exterior				
Mejorar la comunicación de las acciones de sostenibilidad ASG de las empresas turísticas				
Acelerar la transición verde de las empresas turísticas, implantando acciones efectivas de economía circular				
TURISMO 2030 - TALENTO				
Mejora de los procesos de atracción y fidelización del talento hacia las empresas del sector turístico				
Aumentar el bienestar laboral del talento turístico				
Optimizar la formación para la doble transición				
TURISMO 2030 - RESIDENTES				
Fortalecer la cohesión social de los destinos turísticos y promover una convivencia equilibrada				
Favorecer procesos de cultura viva local y de mantenimiento y disfrute de los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial				
Revalorizar la percepción ciudadana de los destinos mediante el reconocimiento de acciones de sostenibilidad ambiental del sector turístico				
TURISMO 2030 - TURISTAS				
Convertir el marketing turístico en una herramienta para la sostenibilidad				
Comunicar valores a los que nos visitan para potenciar un buen desarrollo de la actividad				
Aumentar la contribución de los y las turistas a la sostenibilidad ambiental de la actividad				

4.2 RETOS Y OBJETIVOS

El Plan España Turismo 2030 parte del diagnóstico realizado para detectar los retos prioritarios que emergen del mismo y que se presentan en la siguiente tabla.

RETOS CLAVE POR DIMENSIÓN		
ECONÓMICA	SOCIAL	MEDIOAMBIENTAL
Empresas: predominio de microempresas (el 93,8% son microempresas o autónomos). Esto genera riqueza local, pero supone menor productividad y dificultades con los procesos de innovación y digitalización. Destinos diferenciados: Debilidad de los entes gestores y poca digitalización toma de decisiones <i>Destinos con alto nivel de desarrollo turístico:</i> fundamentalmente son destinos de sol y playa, con una alta concentración de la demanda (un 66,8%) y que requieren procesos de reconversión sostenible. También algunos destinos urbanos consolidados, con riesgo de presión sobre servicios y espacio público. <i>Destinos con bajo nivel de desarrollo turístico:</i> son destinos generalmente rurales y el turismo es una oportunidad para estos territorios, especialmente para los que enfrentan el reto demográfico. Talento: déficit de mano de obra (42% empresas afectadas), problemas de calidad laboral y necesidad de adaptar la formación (falta formación en competencias blandas y una gran volatilidad de los conocimientos). Oferta: crecen productos de mayor valor y se imponen las experiencias. Demanda: marketing responsable. Conectividad responsable: Transporte aéreo (se están haciendo avances con el SAF); Transporte por carretera (electrificación en proceso, con algunos problemas); Ferrocarril (la opción más limpia, pero con limitaciones); Cruceiros (con el impacto ambiental comparado más elevado).	Convivencia equilibrada: Problemas de saturación en algunos destinos. Presión sobre vivienda (viviendas de uso turístico en expansión, ahora más controladas con el Registro Único de Arrendamientos). Proceso creciente de urbanización (en 2050 el 88% población vivirá en ciudades) lo que aumentará la presión en algunos destinos. Empleo turístico: Persiste la parcialidad, por la dinámica de la actividad. Las mujeres representan el 47,2% del empleo turístico, pero solo el 33% en puestos de dirección. El proceso de envejecimiento afectará a empleo turístico. Inclusión: sería necesario conocer mejor la función del empleo turístico como instrumento de inclusión de colectivos vulnerables y mejorar los mecanismos. Mejora comunicación esfuerzo en acciones ASG de las empresas turísticas. Cultura viva: se pueden producir procesos de pérdida del sentido de lugar. Gobernanza: modelo multinivel; urge mayor coordinación y alianzas público-privadas. Concienciación al turista sobre valores de los territorios.	Cambio climático: El turismo genera emisiones de gases de efecto invernadero que intensifican el cambio climático y los nuevos escenarios climáticos afectan a la sostenibilidad de muchos destinos. El aumento de temperaturas globales tiene efectos en la distribución espacial y temporal de la demanda. También afectan en el país de origen. Se prevé una mayor frecuencia e intensidad de fenómenos meteorológicos extremos (ej. olas de calor, sequías, inundaciones, incendios...) que requieren mejorar los sistemas de gestión y prevención. Los destinos más vulnerables son los más expuestos a los impactos y los más dependientes de recursos que puedan verse alterados (ej. playa, clima, nieve...). Reducción de consumos turísticos de recursos naturales: Faltan datos sobre consumo turístico de agua, energía y demás recursos. Hay que mejorar los procesos para reducir consumos en los diferentes subsectores. Problemas con protección de la biodiversidad. Circularidad: necesidad de mejorar la aplicación de procesos de circularidad en todos los subsectores y actores. Movilidad sostenible: Es central la descarbonización del transporte, cuya contribución a las emisiones nacionales de GEI es del 32,4 %, y previsiblemente seguirá aumentando en el corto plazo. Faltan planes de movilidad urbana turística sostenible en destinos. Compromiso con la emergencia climática de todos los actores, incluido el turista. Mejora de la formación para que el talento se adapte a las transiciones verde y digital.



Estos retos se vinculan a las 15 metas descritas y se ordenan respecto a los principios orientadores de la Estrategia.

RETOS CLAVES POR DIMENSIÓN			
Personas	Económica	Social	Medioambiental
Personas que hacen destinos DESTINOS	Meta 1 Transformar los destinos turísticos españoles	Meta 2 Potenciar gobernanza colaborativa	Meta 3 Turismo verde y azul
	Destinos diferenciados • Debilidad de los entes gestores y poca digitalización en la toma de decisiones. • Destinos con alto nivel de desarrollo turístico: fundamentalmente son destinos de sol y playa, con una alta concentración de la demanda (un 66,8 %) y que requieren procesos de reconversión sostenible. También algunos destinos urbanos consolidados, con riesgo de presión sobre servicios y espacio público. • Destinos con bajo nivel de desarrollo turístico: son rurales y el turismo es una oportunidad para estos territorios, especialmente para los que enfrentan el reto demográfico.	Gobernanza: Modelo multinivel, urge mayor coordinación y alianzas público privadas.	Cambio climático: • La temperatura media ha subido un +1,7 °C, esto tiene efectos directos en el turismo. • Aumentan las sequías, con un impacto en la gobernanza del agua. • Se intensifican los fenómenos extremos y la subida del nivel del mar. Movilidad sostenible: • Faltan planes de movilidad turística sostenible en destinos.
Personas que crean trabajo EMPRESAS	Meta 4 Innovación competitiva	Meta 5 Empresas responsables	Meta 6 Economía circular
	Empresas: predominio de microempresas (>90 %): riqueza local, pero menor productividad, innovación y digitalización. Oferta: crecen productos de mayor valor y se imponen las experiencias. Demanda: marketing responsable.	Mejora comunicación esfuerzo en acciones ASG de las empresas turísticas.	Circularidad: procesos de circularidad aplicados a todos los subsectores y actores. Conectividad responsable • transporte aéreo (se están haciendo avances con el SAF); • transporte por carretera (electrificación en proceso, con algunos problemas); • ferrocarril (más limpia pero con limitaciones); • cruceros (con el impacto ambiental comparado más elevado).
Personas que trabajan TALENTO	Meta 7 Talento	Meta 8 Equidad laboral	Meta 9 Doble transición y empleo turístico
	Talento: déficit de mano de obra (42 % empresas afectadas), problemas de calidad laboral y necesidad de adaptar la formación (falta formación en competencias blandas y una gran volatilidad de los conocimientos).	Empleo: Persiste la parcialidad por la dinámica de la actividad. Las mujeres representan el 47,2 % del empleo turístico, pero solo el 33 % en puestos de dirección. El proceso de envejecimiento afectará al empleo turístico.	Mejora de la formación para que el talento se adapte a las transiciones verde y digital .

RETOS CLAVES POR DIMENSIÓN			
Personas	Económica	Social	Medioambiental
Personas que acogen personas RESIDENTES	Meta 10 Cohesión social	Meta 11 Cultura viva y patrimonio cultural	Meta 12 Compromiso medioambiental
	Convivencia equilibrada: Problemas de saturación en algunos destinos. Presión sobre vivienda (viviendas de uso turístico en expansión, ahora más controladas con el Registro Único de Arrendamientos). Proceso creciente de urbanización (en 2050 el 88 % población vivirá en ciudades) lo que aumentará la presión en algunos destinos. Inclusión: sería necesario conocer mejor la función del empleo turístico como instrumento de inclusión de colectivos vulnerables y mejorar los mecanismos.		
	Cultura viva: riesgo de pérdida del sentido de lugar.		
	Escasas iniciativas de colaboración entre empresas turísticas y ciudadanos: mejora de la sostenibilidad y reputación.		
Personas que viajan TURISTAS	Meta 13 Marketing responsable	Meta 14 Sensibilización social	Meta 15 Concienciación medioambiental
	Demanda: captación de segmentos que optimicen la rentabilidad social y económica de la actividad turística. Oferta: destinos y empresas comprometidos con la sostenibilidad.		
	Concienciación: valores de los territorios y promover el comportamiento responsable de los turistas en destino.		
	Compromiso: de todos los actores, incluido turistas, emergencia climática.		

Para enfrentar esos retos se impulsan cinco programas orientados a los cinco destinatarios. Los programas pretenden aprovechar las oportunidades existentes y apoyar el desarrollo de capacidades, proponiendo acciones que puedan inducir cambios para reorientar los contextos, los procesos y las prácticas de las diferentes personas que, desde sus roles, construyen el turismo y su sector.



PLAN ESPAÑA TURISMO 2030: 5 PROGRAMAS			
Personas que hacen destinos DESTINOS	Meta 1 Transformar los destinos turísticos españoles	Meta 2 Potenciar gobernanza colaborativa	Meta 3 Turismo verde y azul
	PROGRAMA DESTINOS		
Personas que crean trabajo EMPRESAS	Meta 4 Innovación competitiva	Meta 5 Empresas responsables	Meta 6 Economía circular
	PROGRAMA EMPRESAS		
Personas que trabajan TALENTO	Meta 7 Talento	Meta 8 Equidad laboral	Meta 9 Doble transición y empleo turístico
	PROGRAMA TALENTO		
Personas que acogen personas RESIDENTES	Meta 10 Cohesión social	Meta 11 Cultura viva y patrimonio cultural	Meta 12 Compromiso medioambiental
	PROGRAMA RESIDENTES		
Personas que viajan TURISTAS	Meta 13 Marketing responsable	Meta 14 Sensibilización social	Meta 15 Concienciación medioambiental
	PROGRAMA TURISTAS		

Para cada uno de estos programas se determinan objetivos encaminados a modificar los retos descritos. Los objetivos son los siguientes.

PLAN ESPAÑA TURISMO 2030: 20 OBJETIVOS

TURISMO 2030 - DESTINOS OBJETIVOS

- Incrementar las capacidades de gestión de los destinos, mejorando el proceso de toma de decisiones.
- Impulsar la mejora y prosperidad de diferentes tipologías de destinos.
- Fortalecer la resiliencia de los destinos ante crisis diversas.
- Promover mejoras en los sistemas de gobernanza colaborativa del turismo.
- Avanzar hacia destinos comprometidos con la sostenibilidad ambiental y más resilientes, seguros y prósperos en el nuevo contexto climático.
- Liderazgo internacional y cooperación.

TURISMO 2030 - EMPRESAS OBJETIVOS

- Impulsar la transformación digital de las empresas turísticas.
- Afrontar con mayor eficacia las barreras relacionadas con el tamaño de las empresas turísticas y con un entorno normativo complejo.
- Consolidar experiencias turísticas sostenibles y comercializables en el exterior.
- Mejorar la comunicación de las acciones de sostenibilidad ASG de las empresas turísticas.
- Consolidar experiencias turísticas sostenibles y comercializables en el exterior.
- Acelerar la transición verde de las empresas turísticas, promoviendo la descarbonización y su adaptación al nuevo contexto climático, incrementando su resiliencia.

TURISMO 2030 - TALENTO OBJETIVOS

- Mejora de los procesos de atracción y fidelización del talento hacia las empresas del sector turístico.
- Aumentar el bienestar laboral del talento turístico.
- Optimizar la formación para el desarrollo de capacidades y competencias que den respuesta a la doble transición y fomenten una nueva cultura de prevención y reacción.

TURISMO 2030 - RESIDENTES OBJETIVOS

- Fortalecer la cohesión social de los destinos turísticos y promover una convivencia equilibrada entre residentes y visitantes.
- Favorecer procesos de cultura viva local y de mantenimiento y disfrute de los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial.
- Revalorizar la percepción ciudadana de los destinos mediante el reconocimiento de acciones de sostenibilidad ambiental del sector turístico.

TURISMO 2030 - TURISTAS OBJETIVOS

- Convertir el marketing turístico en una herramienta para la sostenibilidad.
- Comunicar valores a los que nos visitan para potenciar un buen desarrollo de la actividad.
- Aumentar la contribución de los y las turistas a la sostenibilidad ambiental de la actividad.

Estos objetivos se articulan en medidas e instrumentos que comprometen a diferentes órganos¹⁷⁰.

A continuación se describen, ordenadas en cada uno de los programas, las medidas, los instrumentos, las entidades responsables de cada uno de ellos y la temporalidad prevista.

¹⁷⁰ Todos los compromisos que se deriven de la aplicación de la Estrategia quedan condicionados a las disponibilidades presupuestarias existentes en el ejercicio en curso y en los ejercicios siguientes, de acuerdo con la senda de consolidación fiscal fijada por el Gobierno. En el supuesto de actuaciones para las que resulten competentes las Comunidades Autónomas y las Corporaciones Locales, lo recogido en la Estrategia tendrá carácter potestativo. Todo ello en cumplimiento de lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 7 de la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, que regula el principio de eficiencia en la asignación y utilización de los recursos público.



4.3 PROGRAMA DESTINOS

El **PROGRAMA DESTINOS** persigue seis objetivos : incrementar las capacidades de los destinos, mejorando la toma de decisiones de los gestores; impulsar la mejora y prosperidad de diferentes tipologías de destinos; promover mejoras en los sistemas de gobernanza colaborativa del turismo; avanzar hacia destinos comprometidos con la sostenibilidad ambiental y más resilientes, seguros y prósperos en el nuevo contexto climático y mantener el liderazgo internacional en materia de turismo de España.

OBJETIVO INCREMENTAR LAS CAPACIDADES DE GESTIÓN DE LOS DESTINOS, MEJORANDO EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
1 Fortalecer los destinos y sus organizaciones de gestión turística para mejorar su resiliencia	Apoyo a los equipos de gestión de los destinos mediante sistemas de acompañamiento y ampliando sus capacidades, con las metodologías DTI, SICTED y la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) integradas en el Sistema de Sostenibilidad e Inteligencia Turística Integral (SSTI).	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Creación de una Comunidad Turística Inteligente para impulsar redes de intercambio de conocimientos que ofrezcan a los equipos de los destinos la oportunidad de compartir experiencias, mejores prácticas y lecciones aprendidas.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
2 Revisión de la definición del concepto de municipio turístico	Revisión de la definición del concepto de municipio turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Hacienda
3 Mejora de la comprensión del impacto de la actividad en los servicios públicos	Realización de un análisis detallado sobre los efectos del turismo en los sistemas sanitarios, tanto públicos como privados, especialmente en aquellas zonas con alta afluencia de visitantes.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Sanidad

OBJETIVO IMPULSAR LA MEJORA Y PROSPERIDAD DE DIFERENTES TIPOLOGÍAS DE DESTINOS		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
4 Renovar e impulsar los destinos turísticos españoles de sol y playa	Realización de estudios para conocer los desafíos actuales y diseñar en función de ello nuevas políticas turísticas.	Secretaría de Estado de Turismo
	Avance en los programas de regeneración de destinos, orientados a la reconversión de áreas concretas, a la renovación de establecimientos e infraestructuras turísticas y a la regeneración ambiental, en el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
	Fomento de instrumentos financieros innovadores para el acondicionamiento y rehabilitación de los destinos.	Secretaría de Estado de Turismo

5 Potenciar destinos urbanos cohesionados	Fomento y acompañamiento en el desarrollo de actuaciones de mejora del entorno urbano en destinos turísticos y su articulación con las políticas urbanas y territoriales de cada municipio, en el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
	Incorporación del concepto de paisaje urbano en las ciudades.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
	Impulso de nuevas herramientas tecnológicas para la toma de decisiones sobre impactos espaciales del turismo.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y entes locales
6 Consolidar los destinos rurales como motor de redistribución de renta turística y lucha contra la despoblación	Integración de la perspectiva de Reto Demográfico en el despliegue de políticas turísticas en línea con el principio de <i>rural proofing</i> , e incorporación de criterios de discriminación positiva para estos territorios.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Desarrollo de iniciativas con la Red de Centros de Innovación Territorial.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Programas de apoyo a la construcción de acciones intersectoriales en territorios rurales, apoyando las iniciativas de colaboración entre municipios, colectivos y Grupos de Desarrollo Rural o Grupos de Acción Local.	Secretaría de Estado de Turismo, Paradores de Turismo, Segittur, Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	Adecuación y rehabilitación de Caminos Naturales de uso turístico, realizando mejoras en cuanto a la accesibilidad y la disminución del impacto ambiental al aumentar los itinerarios ciclables e impulso a campaña de comunicación.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
7 Apostar por destinos de naturaleza líderes en ecoturismo	Desarrollo de herramientas de planificación conjunta en espacios naturales que incorpore la visión de todos los actores que participan en la cadena de valor de los destinos turísticos de naturaleza .	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Promoción del desarrollo de clústeres y redes de ecoturismo, que fomenten la colaboración entre las partes interesadas y apoyen el crecimiento del ecoturismo sostenible.	Secretaría de Estado de Turismo
	Análisis de mecanismos para promover el apoyo por parte de los turistas a la conservación de la biodiversidad y al mantenimiento de las áreas protegidas.	Secretaría de Estado de Turismo
8 Mejorar la conectividad, interna y externa, fomentando la coordinación y favoreciendo la redistribución geográfica de flujos turísticos	Mejora de la coordinación estratégica para la conectividad turística.	Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible
	Impulso estudios de conectividad destinos.	Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible
	Fomento del uso de nuevas tecnologías en la gestión de la conectividad	Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible



OBJETIVO
FORTALECER LA RESILIENCIA DE LOS DESTINOS ANTE CRISIS DIVERSAS

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
9 Mejorar la resiliencia y capacidad de respuesta ante crisis diversas	Creación de un comité de respuesta temprana ante crisis turísticas y protocolos de actuación.	Secretaría de Estado de Turismo
	Elaboración de planes de gestión de crisis en los destinos turísticos para mejorar la prevención y la respuesta, mediante su inclusión en el Sistema de Sostenibilidad e Inteligencia Turística Integral (SSITI) y el diseño de protocolos de acción en colaboración con el programa Plan Turismo Seguro del Ministerio del Interior.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y Ministerio de Interior
	Uso del Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT) para apoyar en situaciones de crisis.	Secretaría de Estado de Turismo

OBJETIVO
PROMOVER MEJORAS EN LOS SISTEMAS DE GOBERNANZA COLABORATIVA DEL TURISMO

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
10 Mejorar la gobernanza colaborativa entre los distintos actores del turismo	Impulso a la Comisión Interministerial de Turismo.	Secretaría de Estado de Turismo
	Creación en el seno de CONESTUR de un grupo de trabajo para la innovación del órgano, que incluya la participación ciudadana.	Secretaría de Estado de Turismo
	Fomento de redes de colaboración estables entre destinos para el fortalecimiento de las relaciones y la generación de sinergias entre destinos de diferente tipología.	Secretaría de Estado de Turismo
	Impulso a la gobernanza de Turespaña y Segittur.	Secretaría de Estado de Turismo
	Acciones de transferencia de conocimiento y puesta en común de buenas prácticas en los destinos, para favorecer la colaboración entre destinos y la gestión conjunta.	Secretaría de Estado de Turismo

OBJETIVO
AVANZAR HACIA DESTINOS COMPROMETIDOS CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y MÁS RESILIENTES, SEGUROS Y PRÓSPEROS EN EL NUEVO CONTEXTO CLIMÁTICO

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
11 Establecer indicadores de sostenibilidad ambiental del turismo de aplicación en todos los destinos	Contribución a una propuesta de indicadores comunes que permitan evaluar el impacto medioambiental de los destinos de forma transparente y comparable.	Secretaría de Estado de Turismo
	Desarrollo tecnológico y adopción de modelos de inteligencia artificial para medir y analizar datos de sostenibilidad ambiental de la actividad turística.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Impulso de catálogo de sistemas de reconocimiento y acreditación que permita avanzar en la transición verde a diferentes velocidades a los distintos tipos de empresas y destinos.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur

12 Impulsar la mitigación y adaptación al cambio climático en los destinos turísticos, en el marco del Pacto de Estado frente a la emergencia climática	Impulso de una Plataforma de Adaptación del turismo al cambio climático en España.	Secretaría de Estado de Turismo
	Fomentar la implantación de Planes de Acción Climática para destinos de distinto tipo.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Apoyo a los destinos turísticos para mejorar la gestión de riesgos vinculados al cambio climático.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Generación de tecnologías para el cálculo de la huella medioambiental del turismo a nivel destino, impulsando el uso del Registro de Huella de Carbono del MITECO.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Proyecto piloto para analizar mitigación y adaptación en el sector hotelero.	Secretaría de Estado de Turismo y Paradores de Turismo
13 Aumentar la contribución de la actividad turística a la reducción del consumo de recursos naturales	Fomento de la implantación de mecanismos para la reducción del consumo de agua.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Impulso de pactos locales para la autosuficiencia en destinos turísticos.	Secretaría de Estado de Turismo y entes locales.
	Análisis de instrumentos financieros que favorezcan la implantación de proyectos piloto de autosuficiencia en destinos turísticos.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Foro de colaboración entre expertos y empresas del sector sobre reducción de consumo y regeneración de recursos naturales.	Secretaría de Estado de Turismo
	Impulso de un estudio de los potenciales impactos de ESG para el sector turístico que permita priorizar las actuaciones para mitigar riesgos.	Secretaría de Estado de Turismo
14 Apoyar soluciones de movilidad sostenible turística alternativas en destino	Promoción de la movilidad alternativa en línea con las estrategias de mitigación.	Secretaría de Estado de turismo y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible
	Establecimiento de un programa de compensación de la huella de carbono, en línea con las estrategias de mitigación.	Secretaría de Estado de turismo y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible
	Impulso de acciones para favorecer la movilidad turística alternativa en destino, en línea con las políticas de mitigación.	Secretaría de Estado de turismo
15 Integrar estrategias turísticas en la gestión del mar y el litoral	Impulso del turismo náutico sostenible y reducción de impacto medioambiental en línea con la Estrategia Marítima España 2025-2050.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible
	Cooperar con el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico en el despliegue de medidas relacionadas con la actividad turística en la costa.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Programa Destinos Guardianes del Mar, en el marco de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
16 Convertir a la digitalización en la principal herramienta para avanzar en la sostenibilidad ambiental y social de los destinos	Aprovechamiento de la PID y de la PIA para avanzar en la generación de herramientas sencillas que permitan avanzar en objetivos de sostenibilidad en los destinos.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Implantación de tecnologías innovadoras, entre ellas la IA, para avanzar en la implantación de procesos que avancen en la sostenibilidad ambiental y social de los destinos turísticos.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y Turespaña



OBJETIVO ESPAÑA LIDERA		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
17 Liderazgo internacional y cooperación	Apoyo a las acciones de internacionalización de las empresas turísticas españolas y la marca España.	Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña y Segittur
	Impulso de un Plan de difusión de iniciativas para el apoyo al turismo del Gobierno de España.	Secretaría de Estado, Turespaña y Segittur
	Desarrollo de acciones de cooperación en materia de turismo.	Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación

4.4 PROGRAMA EMPRESAS

Los objetivos del **PROGRAMA EMPRESAS** son: impulsar la transformación digital de las empresas turísticas; afrontar con mayor eficacia las barreras relacionadas con su tamaño y con un entorno normativo que es necesario simplificar; consolidar redes de experiencias turísticas sostenibles y comercializables en el exterior, mejorar la comunicación de las acciones de responsabilidad social corporativa y acelerar la transición verde implantando acciones efectivas de economía circular.

OBJETIVO IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
18 Utilizar las nuevas tecnologías para generar una mayor inteligencia del turista	Establecimiento de un modelo de gobernanza para la recopilación y análisis de datos turísticos.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Desarrollo de un código de buenas prácticas de uso de datos relacionados con la inteligencia del turista.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Aprovechamiento de la Plataforma Inteligente de Destinos (PID) como herramienta de conocimiento común y de interacción con el turista en destino y la captura de datos.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
19 Fortalecer la adopción de tecnologías maduras e innovadoras por parte del sector turístico, en especial de las pymes y micropymes	Herramientas para la reducción de la brecha digital.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transformación Digital y Función Pública
	Habilitación de programas de asesoramiento digital y de impulso a la adaptación de tecnologías innovadoras.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur, Secretaría de Estado de Industria y Ministerio de Transformación Digital y Función Pública
	Difusión de iniciativas digitales impulsadas por empresas y destinos del sector.	Secretaría de Estado de Turismo
	Desarrollo de mecanismos de reconocimiento a la innovación.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transformación Digital y Función Pública
OBJETIVO AFRONTAR CON MAYOR EFICACIA LAS BARRERAS RELACIONADAS CON EL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y CON UN ENTORNO NORMATIVO COMPLEJO		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
20 Impulsar procesos de cooperación, integración o convergencia empresarial	Impulso de incentivos y programas para estimular procesos de cooperación, integración o convergencia empresarial.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Industria
	Fomento de la colaboración para la generación de clústeres que impulsen la cooperación y actúen como plataformas de innovación colaborativa entre industria, pymes, centros tecnológicos y administración.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Industria
	Fortalecimiento de plataformas de colaboración entre pymes.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Industria



21 Mejora y simplificación del entorno regulatorio de las actividades turísticas	Establecimiento de un grupo de trabajo público-privado para simplificar el entorno regulatorio	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.
	Revitalización del Observatorio de Legislación de Turismo (LEGISTUR) y elaboración de un Mapa de Competencias Turísticas.	Secretaría de Estado de Turismo
	Proyecto de IA para la mejora de la comprensión y cumplimiento del entorno regulatorio.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur

OBJETIVO CONSOLIDAR EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES Y COMERCIALIZABLES EN EL EXTERIOR

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
22 Consolidar las redes de agentes en experiencias sostenibles operativas y comercializables	Programas de formación y digitalización dirigidos a pymes y micropymes sobre el cambio de producto a la experiencia.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Programa de ayudas Experiencias Turismo España.	Secretaría de Estado de Turismo
	Diseño y ejecución de planes de comunicación y campañas de marketing para la promoción específica de experiencias turísticas renovadas.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
	Impulso para tipologías turísticas que involucren a otros ministerios (como, por ejemplo, el astroturismo o el turismo enogastronómico).	Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, y Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	Fomentar experiencias dirigidas a personas con necesidades especiales y programas de formación del personal turístico para una correcta atención.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

OBJETIVO MEJORAR LA COMUNICACIÓN DE LOS ASPECTOS ASG (AMBIENTALES, SOCIALES Y GOBERNANZA) DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
23 Fomentar la sostenibilidad ASG y la debida diligencia de las empresas españolas y otras herramientas de responsabilidad compartida	Transposición en plazo de la Directiva (UE) 2024/1760 sobre diligencia debida en materia de sostenibilidad, aplicando en el sector turístico las obligaciones correspondientes a las empresas que superen los umbrales previstos, bajo supervisión de una autoridad de control nacional.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Economía, Comercio y Empresa
	Apoyo a las pymes del sector mediante el marco de apoyo previsto en la normativa europea y en las guías de la Comisión, evitando cargas desproporcionadas.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Economía, Comercio y Empresa
	Potenciación de los sistemas y programas de acompañamiento actuales, como SICTED o DTI y planteamiento de nuevos servicios complementarios destinados a potenciar un liderazgo responsable.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Implementación de un catálogo de certificaciones de turismo responsable siguiendo los criterios de la Directiva (UE) 2024/825.	Secretaría de Estado de Turismo
	Generación de alianzas con organismos internacionales para asegurar la alineación de los estándares de calidad con prácticas reconocidas globalmente.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña

24 Crear redes transversales y foros de diálogo con agentes de otros sectores que aborden de forma conjunta retos comunes	Potenciar acciones entre agentes del sector turístico y agentes de otros sectores que introduzcan incentivos a la cooperación entre ambos.	Secretaría de Estado de Turismo
	Organización de foros de diálogo para abordar retos comunes entre distintos sectores económicos.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña

OBJETIVO
ACCELERAR LA TRANSICIÓN VERDE DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS, PROMOVRIENDO LA DESCARBONIZACIÓN Y SU ADAPTACIÓN AL NUEVO CONTEXTO CLIMÁTICO, INCREMENTANDO SU RESILIENCIA

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
25 Impulsar la economía circular en torno al turismo	Desarrollo de un prototipo de plan de gestión de residuos para el sector turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Fomento de la reducción del desperdicio alimentario, en línea con la Ley 1/2025 de prevención de las pérdidas y del desperdicio alimentario y la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA).	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	Proyecto piloto para destinos y establecimientos turísticos apoyados por el Sistema de Sostenibilidad e Inteligencia Turística Integral.	Secretaría de Estado de Turismo, Segitour y Paradores de Turismo
	Incorporación del sector a la Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos.	Secretaría de Estado de Turismo
26 Apoyar a las pymes y micro pymes para que implementen acción de mitigación y adaptación ante el cambio climático	Desarrollo de guías que agilicen la implementación de actuaciones para reducir el impacto medioambiental.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Incentivar que las empresas turísticas calculen su huella de carbono y compensen las emisiones residuales a través del Registro de Huella de Carbono del MITECO.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Impulso de formación en materia de sostenibilidad para pymes y micro pymes.	Secretaría de Estado de Turismo y Segitour
	Acciones para potenciar la inversión en medidas eficiencia energética y economía circular con retorno en el medio/largo plazo.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico (IDAE)
27 Fomentar la actividad empresarial turística en las regiones más desfavorecidas, promoviendo la doble transición y el equilibrio territorial	Revisión de los incentivos regionales aplicados a la actividad turística.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Hacienda
28 Apoyar la adaptación de los diferentes medios de transporte a la nueva normativa de sostenibilidad e impulsar el desarrollo de sistemas alternativos de transporte	Alineación de una hoja de ruta de descarbonización para las empresas de transporte que proporcionan, principalmente, servicios de movilidad turística.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Desarrollo de una campaña de comunicación sobre la sostenibilidad en la industria turística para visibilizar los esfuerzos implementados y previstos y su compromiso con la descarbonización.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
	Impulso de una política que facilite la I+D+i y la producción de SAF a nivel país como pilar estratégico clave del futuro de la movilidad turística de España.	Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico y Ministerio de Industria y Turismo.



4.5 PROGRAMA TALENTO

Los objetivos del **PROGRAMA TALENTO** son: la mejora de los procesos de atracción y fidelización del talento hacia las empresas del sector turístico; aumentar el bienestar laboral del talento turístico y optimizar la formación como herramienta de desarrollo de capacidades y competencias y de adaptación de los y las trabajadoras del sector a la doble transición y fomentando una nueva cultura de prevención y reacción.

OBJETIVO MEJORA DE LOS PROCESOS DE ATRACCIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL TALENTO HACIA LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
29 Captar al mejor talento y poner a las personas en el centro	Análisis de impacto de las nuevas tendencias vocacionales en el sector.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Revisión de las medidas y herramientas planteadas por otros sectores económicos y otros países para la captación del talento, en consonancia con la Estrategia de la Comisión Europea "Union of Skills".	Secretaría de Estado de Turismo
	Implantación de acciones piloto de innovaciones y buenas prácticas laborales.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Trabajo y Economía Social
	Acciones de sensibilización sobre mecanismos facilitadores de inclusión para colectivos vulnerables en el sector.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Trabajo y Economía Social
30 Mejorar la capacidad de fidelización del talento hacia el sector turístico	Mejora e impulso de los planes de carrera en el sector.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Apoyo a la interacción y el diálogo para identificar las buenas prácticas relacionadas con el empleo sostenible.	Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Trabajo y Economía Social y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Impulso de programas para el apoyo a la transición generacional.	Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Trabajo y Economía Social y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Facilitación del desarrollo de actuaciones en materia de prevención de riesgos laborales por parte de las empresas del sector.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Trabajo y Economía Social

OBJETIVO AUMENTAR EL BIENESTAR LABORAL DEL TALENTO TURÍSTICO		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
31 Elaborar y aprobar un Pacto para el Bienestar Laboral de las Personas Trabajadoras del Sector Turístico	Establecimiento de espacios de consulta y negociación que permitan el intercambio de información y debate con el fin de generar consenso en la elaboración y aprobación de un Pacto por el Bienestar Laboral de las Personas.	Ministerio de Trabajo y Economía Social con la colaboración de la Secretaría de Estado de Turismo
	Repositorio abierto de todos los convenios colectivos que afectan al sector firmados en distintos territorios.	Secretaría de Estado de Turismo
32 Promover un cambio reputacional mejorando el prestigio del empleo turístico y el conocimiento de las profesiones del sector	Sensibilización de la sociedad sobre la diversidad y relevancia del empleo turístico.	Secretaría de Estado de Turismo
	Creación de una Plataforma de Comunicadores de Turismo.	Secretaría de Estado de Turismo
33 Impulsar mecanismos que ayuden a lograr la igualdad, accesibilidad e inclusión del talento en el sector	Diseño de un programa piloto para la atracción y fidelización de talento femenino.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Igualdad
	Elaboración de directrices que faciliten la incorporación de la perspectiva de género en el empleo turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Igualdad
	Diseño de programas de apoyo a la diversidad laboral.	Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 y Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones
	Colaboración con asociaciones que faciliten la creación de empleo para personas con discapacidad.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030
	Impulso de análisis que permitan una mejor comprensión del empleo turístico considerando el enfoque de género y un enfoque interseccional explícito.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Igualdad
	Elaboración de catálogos de buenas prácticas de inclusión de colectivos vulnerables en el empleo turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030
	Impulso de contratación pública responsable con criterios sociales en los procesos de contratación de la Secretaría de Estado de Turismo y entes dependientes.	Secretaría de Estado de Turismo



OBJETIVO
OPTIMIZAR LA FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE CAPACIDADES Y COMPETENCIAS QUE DEN RESPUESTA
A LA DOBLE TRANSICIÓN Y FOMENTEN UNA NUEVA CULTURA DE PREVENCIÓN Y REACCIÓN

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
34 Mejorar la formación, participando en ella	Colaboración en la innovación de los contenidos formativos relacionados con turismo a todos los niveles educativos.	Secretaría de Estado de Turismo
	Impulso de la FP dual en el sector turístico garantizando la disponibilidad del número suficiente de empresas para su correcta implementación.	Secretaría de Estado de Turismo, Paradores de Turismo y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Incorporación de instrumentos de promoción de la formación dual entre las pymes, asegurando que exista un número adecuado de empresas participantes para cubrir la demanda formativa.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
	Impulso programa de formación multicanal "Anfitriones" para mejorar las capacidades de los diferentes perfiles del ecosistema turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Impulso a acciones formativas financiados con el Fondo Social Europeo Plus (FSE +) dirigidos al Reskilling y el Upskilling de personas ocupadas en pymes.	Secretaría de Estado de Turismo y Secretaría de Estado de Industria
	Programa Becas Turespaña.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
35 Impulso de acciones para minimizar el impacto de la doble transición en el empleo turístico	Puesta en marcha de una investigación para comprender el impacto de la doble transición en el empleo turístico.	Secretaría de Estado de Turismo
	Diseño de programas de formación que permitan la adaptación de los y las trabajadoras del sector turístico a la doble transición, incluyendo la necesidad de capacitación para la prevención y reacción ante riesgos climáticos.	Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes y Ministerio de Trabajo y Economía Social
36 Mejorar la formación en tecnologías digitales aplicadas al sector turístico	Desarrollo de planes de formación en competencias digitales.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Difusión de planes formativos dirigidos a mejorar las capacidades digitales demandadas en el sector.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Transformación Digital y Función Pública
	Elaboración de planes de capacitación digital para el personal de atención a los turistas.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Diseño de acciones de comunicación sobre perfiles laborales relacionados con tecnologías turísticas.	Secretaría de Estado de Turismo

4.6 PROGRAMA RESIDENTES

Los objetivos del **PROGRAMA RESIDENTES** son: fortalecer la cohesión social de los destinos turísticos enfrentando los factores que generan tensión y promoviendo una convivencia equilibrada; tender puentes para potenciar acciones que favorezcan procesos de cultura viva y permitan el mantenimiento y disfrute de los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial y revalorizar la percepción ciudadana de los destinos mediante el reconocimiento de las acciones de sostenibilidad ambiental que realiza el sector.

OBJETIVO FORTALECER LA COHESIÓN SOCIAL DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y PROMOVER UNA CONVIVENCIA EQUILIBRADA		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
37 Mejorar las tecnologías que permitan medir y gestionar la capacidad de carga de destinos y enclaves turísticos	Impulso de soluciones tecnológicas que ayuden a la gestión de flujos de personas en los territorios y a monitorizar y gestionar la capacidad de carga en diferentes puntos.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Implementar, o en su caso diseñar, metodologías de capacidad de carga aplicables a servicios públicos vinculados al sector turismo.	Secretaría de Estado de Turismo y Segittur
	Establecer indicadores sociales y de inclusión de aplicación en todos los destinos implantando el Marco Estadístico para la Medición de la Sostenibilidad del Turismo.	Secretaría de Estado de Turismo
38 Fortalecer los mecanismos para regular las viviendas de uso turístico	Impulso del Registro Único de Arrendamientos de Corta Duración y la Ventanilla Única Digital para la gestión y control de las viviendas de uso turístico.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
	Creación de un Observatorio de Vivienda Turística.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
39 Impulsar la dinamización de territorios de reto demográfico a través del turismo	Análisis de instrumentos financieros para la puesta en marcha de proyectos turísticos en zonas en riesgo demográfico.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
	Dinamización del turismo rural para fomentar el desarrollo económico y la lucha contra la despoblación.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico
40 Impulsar la accesibilidad universal de los destinos turísticos españoles	Elaboración de guías de accesibilidad para los diferentes subsectores de la cadena de valor turística.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030
41 Compensar las externalidades negativas del turismo	Sistematización e impulso de herramientas para la compensación de las externalidades negativas.	Secretaría de Estado de Turismo



OBJETIVO
FAVORECER PROCESOS DE CULTURA VIVA LOCAL Y DE MANTENIMIENTO
Y DISFRUTE DE LOS BIENES DE PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
42 Establecer puentes con los sistemas culturales de los destinos y apoyar procesos de economía local cultural y creativa	Implementación de programas de colaboración con los ecosistemas culturales locales apoyando espacios de networking, ideas, experiencias y propuestas de la ciudadanía y los profesionales del sector de la cultura y del turismo.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Cultura
	Fomento de actividades culturales que favorezcan la expresión cultural de los residentes, incluyendo el reconocimiento de fiestas de interés turístico nacional e internacional.	Secretaría de Estado de Turismo
	Apoyo a proyectos de economía creativa local e inclusión de estos como puntos de interés para los y las visitantes.	Secretaría de Estado de Turismo
	Impulsar las acciones de patrocinio y mecenazgo cultural de las empresas turísticas.	Secretaría de Estado de Turismo
	Desarrollo de modelos de apoyo a los mercados y al comercio local.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Economía, Comercio y Empresa
	Incluir la economía cultural y creativa en el Modelo DTI.	Secretaría de Estado de Turismo, Segittur y Ministerio de Economía, Comercio y Empresa
43 Mejora de la incorporación de la funcionalidad turística en los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial	Impulso a la elaboración de un Plan Nacional de Patrimonio Cultural sobre el uso turístico de los bienes de patrimonio cultural.	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Cultura
	Elaboración de planes directores para la gestión de bienes culturales de uso turístico de Paradores de Turismo y conservación y rehabilitación de los inmuebles Paradores.	Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña y Paradores de Turismo.

OBJETIVO
REVALORIZAR LA PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LOS DESTINOS MEDIANTE EL RECONOCIMIENTO DE
ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DEL SECTOR TURÍSTICO

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
44 Revalorizar la percepción ciudadana de los destinos de manera integral sobre la base de la sostenibilidad turística	Desarrollo de pactos turísticos locales.	Secretaría de Estado de Turismo y entes locales
	Diseño de prototipos para incorporar al residente en la planificación de los recursos (agua, territorio, energía...).	Secretaría de Estado de Turismo y Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana
	Impulsar acciones de intercambio para mejorar la comunicación sobre los aspectos e impactos positivos de la actividad turística en los destinos.	Secretaría de Estado de Turismo
45 Impulsar programas de trabajo conjunto entre empresas turísticas y residentes para el cuidado del entorno	Fomentar alianzas colaborativas entre empresas turísticas y residentes para proteger, regenerar y valorar el entorno natural, cultural y social del destino.	Secretaría de Estado de Turismo
	Programas de voluntariado mixto a través de acciones de ASG y/o acciones que promuevan la mitigación y la adaptación ante el cambio climático, fomentando una nueva cultura cívica de la prevención y la reacción en línea con el Pacto de Estado frente a la emergencia climática.	Secretaría de Estado de Turismo

4.7 PROGRAMA TURISTAS

Los objetivos de este **PROGRAMA TURISTAS** son convertir el conocimiento acumulado en el país sobre marketing turístico y comunicación en una herramienta para la sostenibilidad del turismo. Específicamente, convertir el marketing turístico en una herramienta para transformar el modelo turístico hacia la sostenibilidad; fomentar la corresponsabilidad en el desarrollo de la actividad turística entre turistas, empresas y agentes del sector, para favorecer la convivencia y el respeto mutuo en los destinos y promover entre turistas, empresas y agentes del sector comportamientos que minimicen el impacto ambiental de la actividad turística.

OBJETIVO CONVERTIR EL MARKETING TURÍSTICO EN UNA HERRAMIENTA PARA LA SOSTENIBILIDAD		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
46 Impulso de la imagen y el posicionamiento internacional de destinos con potencial de desarrollo	Impulsar la imagen y el posicionamiento internacional de los destinos por descubrir, dinamizando su comercialización y potenciando especialmente su presencia digital, para que el desarrollo de la actividad turística se convierta en un motor de nuevas oportunidades de desarrollo económico y social.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
47 Preservar la reputación internacional de los destinos más conocidos, orientando su evolución hacia modelos más sostenibles y rentables	Preservar y fortalecer la reputación internacional de los destinos consolidados, promover su reposicionamiento y diversificar su comercialización hacia un modelo más sostenible y rentable, incentivando experiencias y actividades alternativas y promoviendo destinos secundarios, evitando el crecimiento indiscriminado del número de visitantes.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
48 Impulsar el liderazgo de España en productos turísticos de alto valor añadido	Reforzar el posicionamiento y consolidar el liderazgo de España en productos clave por su alto valor añadido.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña
OBJETIVO COMUNICAR VALORES PARA POTENCIAR EL MARKETING RESPONSABLE		
MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
49 Fomentar la corresponsabilidad en el desarrollo de la actividad turística entre turistas, empresas y agentes del sector, para favorecer la convivencia en los destinos	Desarrollar una comunicación orientada a informar y sensibilizar a los turistas internacionales que nos visitan y a los profesionales del sector sobre su impacto en el destino y la importancia de adoptar prácticas y comportamientos responsables en los entornos sociales que los acogen.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña



OBJETIVO
AUMENTAR LA CONTRIBUCIÓN DE LOS Y LAS TURISTAS A LA SOSTENIBILIDAD
AMBIENTAL DE LA ACTIVIDAD

MEDIDAS	INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
Qué	Cómo	Quién
50 Promover entre turistas, empresas y agentes del sector comportamientos que minimicen el impacto ambiental de la actividad turística	Desarrollar una comunicación orientada a turistas internacionales que difunda los logros y buenas prácticas medioambientales de la oferta turística española y promueva su sensibilización y participación en la descarbonización, en línea con las políticas de mitigación. Analizar la capacidad de adaptación de mercados emisores y segmentos estratégicos ante el cambio climático e impulsar el desarrollo de herramientas para la medición de estándares de turismo ambientalmente sostenible, especialmente en relación con segmentos o ámbitos de actividad turística clave.	Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña

4.8 IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESPAÑA TURISMO 2030

La implementación del Plan España Turismo 2030 requiere de la participación activa de diferentes actores del Gobierno de España cuyo ámbito competencial repercute de manera sustancial sobre el sector turístico. Para ello se define un modelo de gobernanza que permita garantizar la toma de decisiones conjuntas y el establecimiento de instrumentos que aseguren el correcto desarrollo del Plan.

Se prevé que el Ministerio de Industria y Turismo delegue en la Secretaría de Estado de Turismo la implantación y seguimiento del Plan España Turismo 2030. La Secretaría de Estado de Turismo pondrá en marcha dos espacios de trabajo con funciones complementarias.

Comité de seguimiento *Plan España Turismo 2030*

El Comité de seguimiento del Plan España Turismo 2030, estará presidido por la Secretaría de Estado de Turismo y conformado por la Dirección General de Políticas Turísticas y por Turespaña, Segittur y Paradores. Sus objetivos serán:

- Actuar como principal órgano de seguimiento para garantizar el éxito en la implantación y la gestión del Plan.
- Diseñar planes de acción bianuales.
- Hacer el seguimiento a la implementación de las acciones asumidas por la Dirección General de Políticas Turísticas, Turespaña, Segittur y Turespaña.
- Generar un informe anual de seguimiento de la implementación de acciones y de progreso del cumplimiento de los objetivos.
- Proponer acciones de cooperación y comunicación con diferentes órganos, foros y actores para difundir y recoger información de valor que permita mejorar el avance del Plan.



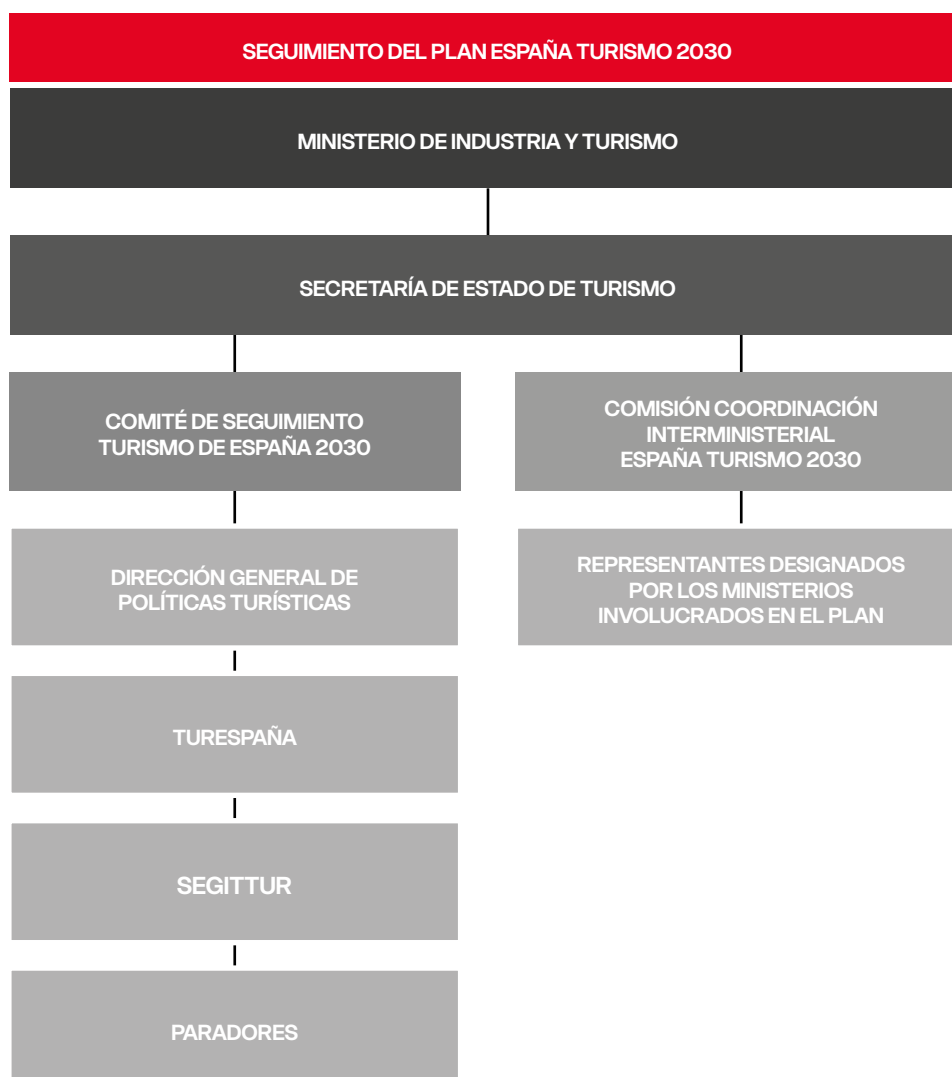
Comisión interministerial *Plan España Turismo 2030*

El Real Decreto 6/1994, de 14 de enero, por el que se crea la Comisión Interministerial de Turismo prevé la posibilidad de crear grupos de trabajo relacionados con los objetivos de esta.

En este sentido y para dar seguimiento a la implementación y seguimiento del Plan se creará un grupo de trabajo específico para ello.

Sus objetivos serán:

- Hacer el seguimiento de las acciones asumidas por cada organismo.
- Revisar los planes de acción bianuales como mecanismo de planificación en el que se definen los instrumentos que se desean implementar desde las diferentes Secretarías de Estado implicadas.
- Proveer de datos e información anual para poder incorporar en el informe anual de seguimiento y que permita evaluar el avance del Plan.
- Preparar documentos que puedan llevarse al pleno de la Comisión Interministerial de Turismo, asociados al Plan España Turismo 2030.



4.9 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESPAÑA TURISMO 2030

Se establece un sistema de seguimiento basado en la elaboración de planes de acción bianuales y la elaboración de un informe anual de seguimiento de implementación de la estrategia y de progreso del cumplimiento de los objetivos que permitan la adopción de toma de decisiones en caso de desvíos importantes.

Se realizarán una evaluación intermedia y una evaluación final, en cumplimiento de la ley 27/2022, de institucionalización de la evaluación de políticas públicas en la Administración General del Estado.

Para la evaluación del Plan España Turismo 2030 y su impacto, se manejarán dos conjuntos de indicadores.

Un primer conjunto son indicadores de seguimiento y pretenden monitorear el despliegue y cumplimiento de las acciones propuestas durante los cinco años de implantación de este.

Un segundo conjunto, más sintético, permitirá observar si las medidas están teniendo un impacto en el fenómeno, a través de métricas turísticas basadas en fuentes oficiales y existentes en la actualidad, para permitir la comparación.

Ambos se describen a continuación.

Indicadores de seguimiento de la implementación del Plan

OBJETIVOS	MEDIDAS	INDICADORES Y MÉTRICAS
Incrementar las capacidades de gestión de los destinos, mejorando el proceso de toma de decisiones	1. Fortalecer los destinos y sus organizaciones de gestión turística para mejorar su resiliencia.	- Aumento del nº destinos que obtienen el reconocimiento DTI o SICTED (Fuente: datos propios) - Nº gestores y gestoras de destinos que superar formación específica en alguno de los campus de Anfitriones (Fuente: datos propios) - Número de destinos turísticos que participan en la PID (% sobre total) (Fuente: datos propios)
	2. Mejora de la definición del concepto de municipio turístico.	Elaboración de nueva propuesta
	3. Mejora de la comprensión del impacto de la actividad en los servicios públicos.	Elaboración y presentación del estudio
Impulsar la mejora y prosperidad de diferentes tipologías de destinos	4. Renovar e impulsar los destinos turísticos españoles de sol y playa.	- Análisis y presentación de estudio del impacto social, medioambiental y económica de la inversión pública en destinos pioneros de sol y playa - Propuesta "Destino Futuro" para la regeneración y renovación de destinos de sol y playa pioneros
	5. Potenciar destinos urbanos cohesionados.	- Adaptación Modelo DTI a indicadores de la agenda urbana aplicables a destinos urbanos - Nº destinos que están utilizando herramientas tecnológicas de la PID para la toma de decisiones sobre impactos del turismo (Fuente: datos propios)



	6. Consolidar los destinos rurales como motor de redistribución de renta turística y lucha contra la despoblación.	- Nº acciones impulsadas por la SETUR en las que se incorpora el principio de <i>rural proofing</i> (campañas y acciones de promoción, cursos de formación, herramientas tecnológicas...) (Fuente: datos propios) - Distribución territorial (a nivel municipal) del empleo turístico (Fuente: seguridad social) - Nº acciones en colaboración con la Red de Centro de innovación Territorial y con grupos de acción local (Fuente: datos propios)
	7. Apostar por destinos de naturaleza líderes en ecoturismo.	- Adaptación modelo DTI para espacios naturales - Mejora en los indicadores turísticos del programa Caminos Naturales de uso turístico (Fuente: datos Observatorio Caminos Naturales) - Incremento del número de entidades que se suman a la red de ecoturismo (Fuente: datos propios)
	8. Mejorar la conectividad, interna y externa, fomentando la coordinación y favoreciendo la redistribución geográfica de flujos turísticos.	- Población cotidiana (Fuente: Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible). - Nº de acciones coordinadas sobre conectividad turística (Fuente: datos propios) - Estudios sobre gestión de la movilidad turística - Nº destinos que están utilizando herramientas tecnológicas de la PID para la gestión de la movilidad turística (Fuente: datos propios)
Fortalecer la resiliencia de los destinos ante crisis diversas	9. Mejorar la resiliencia y capacidad de respuesta ante crisis diversas.	- Creación del Comité de Respuesta Temprana en Turismo (CRT-Tur) - Desarrollo protocolos de actuación del CRT-Tur - Uso del FOCIT por empresas situadas en zonas de crisis (Fuente: datos propios)
Promover mejoras en los sistemas de gobernanza colaborativa del turismo	10. Mejorar la gobernanza colaborativa entre los distintos actores del turismo.	- Nº reuniones de la Comisión Interministerial de Turismo y de los grupos de trabajo creados - Nº reuniones Consejo Asesor de Turespaña y de Segittur - Incremento de la participación en la Red DTI (Fuente: datos propios)
Avanzar hacia destinos comprometidos con la sostenibilidad ambiental y más resilientes, seguros y prósperos en el nuevo contexto climático	11. Establecer indicadores de sostenibilidad ambiental del turismo de aplicación en todos los destinos.	- Desarrollar, para España, la propuesta de indicadores ambientales previsto en el Marco Estadístico para la medición de la Sostenibilidad en Turismo (ONU Turismo) - Aceleración de la descarbonización destinos DTI reduciendo emisiones de efecto invernadero (Fuente: Inventario Nacional de Emisiones y Pacto de las Alcaldías de la Comisión Europea) - Nº establecimientos del sector que cuentan con la inscripción en el Registro de Huella de MITECO - Nº destinos que están utilizando herramientas tecnológicas de la PID para la toma de decisiones sobre impactos ambientales del turismo (Fuente: datos propios)

	12. Impulsar la mitigación y adaptación al cambio climático en los destinos turísticos, en el marco del Pacto de Estado frente a la emergencia climática.	• Emisiones de GEI por principales sectores turísticos (Fuente: INE- Cuentas Ambientales de España) • N° de destinos DTI con planes de mitigación y adaptación aprobados (Fuente: datos propios) • N° acciones de sensibilización en gestión de riesgos vinculados al cambio climático (Fuente: datos propios)
	13. Aumentar la contribución de la actividad turística a la reducción del consumo de recursos naturales.	• Elaborar un índice de consumo turístico de agua (Fuente: INE- Estadística sobre el suministro y saneamiento del agua) • Propuesta de prototipo de Pacto Local para la autosuficiencia energética de destinos emergentes • N° de acciones de participación en foros y reuniones sobre reducción de consumo y regeneración de recursos naturales • % Km áreas protegidas (Fuente: Base de Datos Mundial sobre Áreas Protegidas)
	14. Apoyar soluciones de movilidad sostenible turística alternativas en destino.	• N° de destinos DTI con un sistema de alquiler de bicicletas para turistas (Fuente: datos propios) • Desarrollo herramienta de compensación de huella de carbono para los y las turistas
	15. Integrar estrategias turísticas en la gestión del mar y el litoral.	• N° de entidades que se suman a redes de experiencias vinculadas a la costa y el litoral
	16. Convertir a la digitalización en la principal herramienta para avanzar en la sostenibilidad ambiental y social de los destinos.	• N° acciones de formación sobre tecnologías o IA aplicada a mejorar sostenibilidad social y ambiental • N° destinos y empresas que utilizan servicios del Sistema SSTI para mejorar la sostenibilidad ambiental y social
España lidera	17. Liderazgo internacional y cooperación.	• N° acciones acompañamiento a empresas turísticas españolas en acciones de internacionalización (Fuente: datos propios) • N° de acciones de cooperación (Fuente: datos propios) • Implantación modelo DTI y PID en destinos de fuera de España (Fuente: datos propios) • Imagen de España ligada al turismo (Fuente: Barómetro de la Imagen de España, Instituto Elcano)
Impulsar la transformación digital de las empresas turísticas	18. Utilizar las nuevas tecnologías para generar una mayor inteligencia del turista.	• N° destinos y empresas que utilizan servicios de la PID y PIA para la inteligencia del turista (Fuente: datos propios) • Presentación código de buenas prácticas de uso de datos relacionados con inteligencia del turista • Incremento del uso de la PID como herramienta de conocimiento común
	19. Fortalecer la adopción de tecnologías maduras e innovadoras por parte del sector turístico, en especial de las pymes y micropymes.	• N° acciones de sensibilización y formación sobre tecnologías dirigidas a pymes y micro pymes (Fuente: datos propios) • Incorporación de empresas turísticas en Centros de Innovación Digital, PERTE o RIS3 • Análisis de los procesos de adaptación de tecnologías en las pymes turísticas • Nivel de madurez digital de las pymes y micropymes (Fuente: índice DESI e Informe Segittur)



Afrontar con mayor eficacia las barreras relacionadas con el tamaño de las empresas turísticas y con un entorno normativo complejo	20. Impulsar procesos de cooperación, integración o convergencia empresarial.	• Número de empresas que utilizan la PID y la PIA (Fuente: datos propios) • Aprobación modelo gobernanza del dato turístico • Impacto de las campañas de sensibilización destinadas a promover la adopción de tecnología digital en el sector turístico
	21. Mejora y simplificación del entorno regulatorio de las actividades turísticas.	• Puesta en marcha de un grupo de trabajo • Activación Observatorio de Legislación de Turismo • Impulso proyecto IA entornos regulatorios de los diferentes subsectores turísticos
Consolidar experiencias turísticas sostenibles y comercializables en el exterior	22. Consolidar las redes de trabajo en experiencias sostenibles, operativas y comercializables.	• Número de experiencias rediseñadas con foco en perfiles con necesidades específicas (colectivo senior, personas con discapacidad, o quienes viajan acompañados de sus mascotas), que contribuyen a la desestacionalización, y/o otros • N° de acciones formativas y alcance para mejorar la atención de personas con necesidades especiales, según tipos de experiencia turística (Fuente: datos propios) • Impacto de los planes de comunicación y campañas de marketing sobre experiencias turísticas sostenibles (número de turistas alcanzados) • Cambio en las tendencias de consumo hacia experiencias más sostenibles (Fuente: INE y Barómetro CIS)
Mejorar la comunicación de los aspectos ASG (ambientales, sociales y gobernanza) de las empresas turísticas	23. Fomentar la sostenibilidad ASG y la debida diligencia de las empresas españolas y otras herramientas de responsabilidad compartida.	• Catálogo de sellos alineados con Directiva (UE) 2024/825 • Número de destinos y empresas certificados en sistemas de sostenibilidad ambiental turística en línea con la Directiva (UE) 2024/825 (Fuente: datos propios) • Incremento de acciones con organismos internacionales para la difusión de criterios de sostenibilidad • Acciones de difusión de las Guías de la Comisión Europea sobre diligencia debida en materia de sostenibilidad para pymes. • Incremento de participación en el programa SICTED
	24. Crear redes transversales y foros de diálogo con agentes de otros sectores que aborden de forma conjunta retos comunes.	• N° Foros de diálogo impulsados (Fuente: datos propios)
Acelerar la transición verde de las empresas turísticas, promoviendo la descarbonización y su adaptación al nuevo contexto climático, incrementando su resiliencia	25. Impulsar la economía circular en torno al turismo.	• N° destinos que impulsan planes de circularidad en destinos a través de las diferentes herramientas del SSTI • N° publicaciones y acciones de comunicación para mejorar la aplicación de procesos de circularidad en diferentes subsectores (Fuente: datos propios) • Índice desperdicio alimentario en turismo (Fuente: basado en el Food Waste Index) Publicación de prototipos para diversos subsectores turísticos

	26. Apoyar a las pymes y micro pymes para que implementen acción de mitigación y adaptación ante el cambio climático.	- Nº pymes y micro pymes alcanzadas en acciones de difusión y de formación sobre acciones diseñadas para la mitigación y adaptación al cambio climático (Fuente: datos propios) - Guías de apoyo - Nº de empresas en el SSTI con planes de adaptación y mitigación
	27. Apoyar adaptación de los diferentes medios de transporte a las directrices europeas y la nueva normativa de sostenibilidad.	% de reducción de las emisiones de CO2 por pasajero – kilómetro (Fuente: ICAO y Ministerio de Transición Ecológica) % de flotas aéreas renovadas por aerolínea con operación en España - Factor de ocupación en los vuelos (% de asientos ocupados) - Número de aeropuertos españoles acreditados en el programa Airport Carbon Accreditation y clasificación por niveles (Fuente: programa Airport Carbon Accreditation)
	28. Impulsar el desarrollo de sistemas alternativos de combustible.	- Inversión (en euros) de las ayudas financieras dirigidas a la investigación de sistemas alternativos de combustible - Consumo de SAF (en millones de toneladas) de las aerolíneas que operan en España
Mejora de los procesos de atracción y fidelización del talento hacia las empresas del sector turístico	29. Captar al mejor talento y poner a las personas en el centro.	- Publicación informe sobre nuevas tendencias vocacionales y turismo - Porcentaje de empleados del sector con contratos indefinidos - Diseño prototipo programa para la gestión de la convivencia intergeneracional en los centros de trabajo
	30. Mejorar la capacidad de fidelización del talento hacia el sector turístico	- Incremento calidad del empleo turístico (Fuente: índice basado en criterios calidad empleo OCDE e indicadores del Travel & Tourism Development Index) - Índice de reducción de bajas temporales en empresas turísticas que implanten Planes de Apoyo al personal Empleado - Facilidad para encontrar personas empleadas cualificadas en el mercado laboral local (Fuente: Travel & Tourism Development Index, datos de España)
Aumentar el bienestar laboral del talento turístico	31. Elaborar y aprobar un Pacto para el Bienestar Laboral de las Personas Trabajadoras del Sector Turístico.	- Pacto por el Bienestar Laboral de las Personas Trabajadoras del Sector Turístico - Repositorio convenios colectivos turismo - Mejora de la protección social del talento turístico (Fuente: Travel & Tourism Development Index, indicador: Gasto en protección social, % del PIB)
	32. Promover un cambio reputacional mejorando el prestigio del empleo turístico y el conocimiento de las profesiones del sector.	- Análisis reputacional del turismo en España - Programas de mejora del conocimiento sobre el turismo
	33. Impulsar mecanismos que ayuden a lograr la igualdad, accesibilidad e inclusión del talento en el sector.	- Paridad de género en el empleo turístico (Fuente: Travel & Tourism Development Index) - Estudio sobre empleo turístico para colectivos vulnerables - Porcentaje de contratación de personas con discapacidad en el sector turismo



Optimizar la formación para el desarrollo de capacidades y competencias que den respuesta a la doble transición y fomenten una nueva cultura de prevención y reacción	34. Mejorar la formación, participando en ella.	• Mapa de necesidades de formación de los diferentes ecosistemas laborales turísticos • Número de planes de estudio de formación dual en turismo /número de planes de estudios en formación dual en otros sectores con tejido empresarial similar (Fuente: Observatorio Formación Profesional y datos Secretaría General de Formación Profesional) • Inversión media de las empresas turísticas en la formación de sus empleados (Fuente: FUNDAE) • Aumento del uso del programa Anfitriones (Fuente: datos propios)
	35. Impulso de acciones para minimizar el impacto de la doble transición en el empleo turístico.	• Análisis sobre competencias y capacidades a fortalecer para adaptar el talento a la doble transición, según subsectores • Número de horas de formación impartidas sobre nuevos procesos ligados a mejorar la sostenibilidad social y ambiental (Fuente: datos propios y FUNDAE) • Acciones de formación para la cultura de prevención y reacción del sector turístico y los destinos
	36. Mejorar la formación en tecnologías digitales aplicadas al sector turístico.	• Análisis de los perfiles digitales en el empleo turístico • Horas de formación impartidas en capacidades digitales en el sector turístico (% sobre total de horas de formación impartidas en el sector)
Fortalecer la cohesión social de los destinos turísticos y promover una convivencia equilibrada	37. Mejorar las tecnologías que permitan medir y gestionar la capacidad de carga de destinos y enclaves turísticos.	• Desarrollar, para España, la propuesta de indicadores sociales previsto en el Marco Estadístico para la medición de la Sostenibilidad en Turismo (ONU Turismo) • Evolución de la densidad de la oferta de plazas turísticas (plazas ofrecidas / 1.000 habitantes) • Población estacional (por meses) (Fuente: Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible) • Diseño de servicios tecnológicos para ayudar a la gestión de la capacidad carga en destinos diversos • Concentración de visitas en recursos culturales y naturales en España (Fuente: Travel & Tourism Development Index)
	38. Fortalecer los mecanismos para regular las viviendas de uso turístico.	• Incremento de las VUT irregulares detectadas por el Registro Único de Alojamientos de Corta Duración (Fuente: Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana)
	39. Impulsar la dinamización de territorios de reto demográfico a través del turismo.	• Tasa de variación de las pernoctaciones en alojamientos reglados en provincias de interior (excepto Madrid) y del norte de España. (Fuente: INE (EOH-EOAT))
	40. Impulsar la accesibilidad universal de los destinos turísticos españoles.	• Nº acciones impulsadas por la SETUR en las que se incorporan principios de accesibilidad universal (campañas y acciones de promoción, cursos de formación, herramientas tecnológicas...) (Fuente: datos propios) • % destinos DTI con planes para la mejora de la accesibilidad (Fuente: datos propios)

Favorecer procesos de cultura viva local y de mantenimiento y disfrute de los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial	41. Establecer puentes con los sistemas culturales de los destinos.	- Nº acciones de colaboración entre ecosistemas culturales y turísticos locales impulsados por la SETUR - Nº acciones de la SETUR orientados a destacar el papel de la cultura viva en el turismo en España (campañas y acciones de promoción, cursos de formación, herramientas tecnológicas...) (Fuente: datos propios)
	42. Apoyar procesos de economía local cultural y creativa.	- Guías de apoyo al comercio justo local en destinos turísticos - Nº acciones de promoción centradas en procesos de economía creativa (Fuente: datos propios)
	43. Mejora de la incorporación de la funcionalidad turística en los bienes de patrimonio cultural material e inmaterial.	Nº planes directores que incorporen un plan de gestión turística del bien en los BIC dependientes de la SETUR (Fuente: datos propios)
Revalorizar la percepción ciudadana de los destinos mediante el reconocimiento de acciones de sostenibilidad ambiental del sector turístico	44. Revalorizar la percepción ciudadana de los destinos de manera integral sobre la base de la sostenibilidad turística.	- Encuesta satisfacción del residente (Fuente: Turespaña) - Impulso modelo de pacto turístico local
	45. Impulsar programas de trabajo conjunto entre empresas turísticas y residentes para el cuidado del entorno.	Difusión de buenas prácticas de acciones conjuntas empresariado turístico y residentes de destinos para la mejora de la sostenibilidad social y ambiental
Convertir el marketing turístico en una herramienta para la sostenibilidad	46. Impulso de la imagen y el posicionamiento internacional de destinos con potencial de desarrollo.	- Porcentaje de acciones de promoción vinculados a sostenibilidad (Fuente: datos propios) - Incremento del gasto medio del turista por motivo principal del viaje (Fuente: INE) - Turistas que valoran la sostenibilidad como criterio clave en la elección de su viaje (% sobre total). (Fuente: INE y encuesta de satisfacción del turista)
	47. Preservar la reputación internacional de los destinos más conocidos, orientando su evolución hacia modelos más sostenibles y rentables.	Acciones de reposicionamiento internacional de destinos comprometidos con la sostenibilidad (Fuente: datos propios)
	48. Impulsar el liderazgo de España en productos turísticos de alto valor añadido.	Acciones de reposicionamiento internacional de destinos comprometidos con la sostenibilidad (Fuente: datos propios)
Comunicar valores a los que nos visitan para potenciar un buen desarrollo de la actividad	49. Fomentar la corresponsabilidad en el desarrollo de la actividad turística entre turistas, empresas y agentes del sector, para favorecer la convivencia en los destinos.	- Nº turistas impactados por mensajes de sostenibilidad social (Fuente: datos propios) - Incremento de códigos éticos en los destinos DTI (Fuente: datos propios)
Aumentar la contribución de los y las turistas a la sostenibilidad ambiental de la actividad	50. Promover entre turistas, empresas y agentes del sector comportamientos que minimicen el impacto ambiental de la actividad turística.	- Percepción del turista sobre la sostenibilidad en el destino (Fuente: Encuesta Satisfacción Turista) - Nº de campañas de información sobre la contribución individual a la reducción de impactos relacionados con la actividad turística



INDICADORES DE IMPACTO

1. Ingresos turísticos

Ingresos en la rúbrica de turismo y viajes en la balanza de pagos por cuenta corriente (millones euros).

Fuente: Banco de España (Balanza de pagos)

2. Estacionalidad

Tasa de variación de llegadas en meses de temporada baja y media (porcentaje).

Fuente: INE (FRONTUR)

3. Calidad del empleo turístico

Porcentaje de los ocupados en el sector turismo con un contrato indefinido sobre el total (porcentaje).

Fuente: INE (EPA)

4. Diversificación de mercados de origen

Porcentaje total de las llegadas de los tres principales mercados emisores sobre el total (porcentaje).

Fuente: INE (FRONTUR)

5. Percepción de sostenibilidad del destino España

Porcentaje de turistas satisfechos o muy satisfechos con la dimensión de sostenibilidad.

Fuente: Turespaña (ESTI)

6. Dinamización socioeconómica del medio rural

Tasa de variación de las pernoctaciones en alojamientos reglados en provincias de interior (excepto Madrid) y del norte de España.

Fuente: INE (EOH-EOAT)

7. Protección del patrimonio histórico artístico, cultural

Número de bienes culturales de uso turístico beneficiados de inversión pública.

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo

8. Digitalización de la actividad turística

Número de destinos adheridos a la Plataforma Inteligente de Destinos y/o a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.

Fuente: Segittur

9. Indicadores medioambientales

Toneladas de CO2 por millón de euros en valor añadido bruto en comparación con la media europea.

Fuente: Comisión Europea (Panel de control del turismo de la UE)

10. Encuesta de satisfacción del residente con Turismo

Porcentaje de la población residente mayor de 18 años tiene una opinión positiva o muy positiva.

Fuente: Turespaña (EORT)

01 | Datos para entender el turismo en 2025

02 | Diagnóstico: la sostenibilidad del turismo

03 | Estrategia de Turismo Sostenible

04 | Plan España Turismo 2030

05 | Agradecimientos

El presente documento es el resultado de un amplio proceso de participación de personas, organizaciones e instituciones que han colaborado en la elaboración del diagnóstico y en el debate sobre los instrumentos y medidas que podrían resultar más adecuados para los distintos retos.

Agradecemos la implicación de todas ellas.

ACAVE Travel (Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas)	Públicos Urbanos y Metropolitanos)	Creex (Confederación Empresarial Extremeña)
Acciona	Balearia	Diputación de Tarragona
ACEVIN (Asociación Española Ciudades del Vino)	Banco de Sabadell	EB (Eva Ballarín)
ACH (Agrupación de Cadenas Hoteleras)	Basque Culinary Center	ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo)
ACI-LAC (Airports Council International - Latin America and the Caribbean)	BIOSPHERE	Ecoembes (Ecoembalajes España)
ADIF (Administrador de Infraestructuras Ferroviarias)	br1 Creative	ECOTURISMO (Asociación Ecoturismo)
Advanced Leisure Services	BRUMA	Empresa Municipal Turismo Santander
AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo)	Cámara de Comercio de España	ENAIRE (Entidad pública empresarial, proveedor de servicios de Navegación Aérea)
AEDIVE (Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico)	Caro Hotel	ESCP Business School
AEFV (Asociación Española de Empresas Ferroviarias de Viajeros)	CCOO (Comisiones Obreras)	Europarc España (Federación de la Naturaleza y los Parques Nacionales de Europa)
AEHM - Asociación Empresarial Hotelera de Madrid	CEAV (Confederación Española de Agencias de Viaje)	EvoSocial SOFT
AENA	CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos)	EXCELTUR (Alianza para la Excelencia Turística)
AFYDAD (Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos)	CEHE (Confederación Empresarial de Hostelería de España)	FEED (Federación Española de Campings)
ALA (Asociación de Líneas Aéreas)	CEHTA (Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón)	FEHR (Hostelería de España)
Alianza municipios de Sol y Playa	CEIM (Consejo de Turismo de la Confederación Empresarial Independiente de Madrid)	FENEVAL (Federación Nacional de Vehículos de Alquiler)
Alojamientos Rurales La Pumarada de Limés	Centro Superior de Hostelería de Galicia	FETAVE (Federación Empr.de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Española)
Amadeus IT Group	CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales)	FEVITUR (Federación Española de Asociaciones de Viviendas y Apartamentos Turísticos)
AMETIC (Asociación representante del sector de la industria digital en España)	CERMI (Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad)	Fi Group
ANAVE (Asociación Navieros Españoles)	CEVE (Confederación Empresarial Veterinaria Española)	FNEOE (Federación Nacional de Empresarios de Ocio y Espectáculos)
ANETA (Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo)	Ciudad Autónoma de Ceuta	ForwardKeys
APCE (Asociación de Promotores Constructores de España)	Ciudad Autónoma de Melilla	Fred Olsen
Apple Leisure Group	Ciudad de las Artes y las Ciencias	FTI Consulting
ARTIEM	Civitat	Fundación Agencia Valenciana de Turismo
ASENORG (Asociación de empresarios turísticos Sierra Norte de Gredos)	CIDEC	Fundación Más Humano
Asociación Española de Normalización UNE	COFECE (Comisión Federal de Competencia Económica)	Fundación Starlight
Asociación Saborea España	Comunidad de Madrid	Generalitat de Catalunya
ATA CANARIAS (Federación Nacional de Trabajadores Autónomos de Canarias)	Comunidad Foral de Navarra / Nafarroako Gobernua	Generalitat Valenciana
ATUC (Asociación de Transportes	Consejo Mundial del Viaje y el Turismo	Geoparque de la Costa Vasca
	CONFEBUS (Confederación Española de Transporte en Autobús)	Global Sustainable Tourism Council
	Costa Cruceros	Globalia
	COTEC (Fundación para la innovación)	



Gobierno de Aragón	Ministerio de Defensa	Red2Red
Gobierno de Canarias	Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Región de Murcia
Gobierno de Cantabria	Ministerio de Economía, Comercio y Empresa	RENFE
Gobierno de la Rioja	Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	RIU
Gobierno Vasco / Eusko Jaurlaritza	Ministerio de Hacienda	SEGITTUR
Google	Ministerio de Igualdad	Sixt Rent a car
Govern de les Illes Balears	Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Surrey University
Grupo Piñero	Ministerio de Industria y Turismo	Taktic
Grupo Viajes El Corte Inglés	Ministerio de Juventud e Infancia	Telefónica
HIDRIA	Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	TIDES
Hosteltur	Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática	TMR Experience
Hotel Jardín Tecina	Ministerio de Sanidad	Travel Tech
Hotel Rural L'Abadia de Sieste	Ministerio de Trabajo y Economía Social	TURESPAÑA
Hotelbeds	Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible	Turijobs
IAG7 (International Assistance Group)	Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana	UGT (Unión General de Trabajadores)
IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo)	Ministerio del Interior	Universidad Antonio de Nebrija
Iberia	Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública	Universidad Autónoma de Madrid
Iberostar	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Universidad Complutense de Madrid
IKEA	Museo del Prado	Universidad de Alcalá de Henares
ILUNION	NEORIS	Universidad de Alicante
Impulsa Igualdad	NH Hotel Group	Universidad de Baleares
inAtlas	OIT (Organización Internacional del Trabajo)	Universidad de Castilla La Mancha
INECO (Ingeniería y Economía del Transporte)	OITS (Organización Internacional de Turismo Social)	Universidad de Extremadura
Innobasque	Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia	Universidad de Jaén
Innovaris SL	ONU TURISMO (Organización Mundial del Turismo)	Universidad de La Laguna
Instituto Tecnológico Hotelero - ITH	ONCE	Universidad de Málaga
Jumbo Tours	ORANGE	Universidad de Sevilla
Junta de Andalucía	Paradores de Turismo	Universidad Politécnica de Valencia
Junta de Castilla y León	PREDIF (Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física)	Universidad de Valencia
Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha	Presidencia del Gobierno	Universidad de Zaragoza
Junta de Extremadura	Principado de Asturias	Universitat de Barcelona
Les Roches	Puertos del Estado	Universitat de Girona
MasterCard	Red Española de Desarrollo Rural	Universitat Rovira i Virgili
Meliá Internacional	Red Española de Desarrollo Sostenible	Verne Tourism Experts
Microsoft	Red Necstour	Viajes Carrefour
MINSAIT (Minds, Innovation, and Solutions for Advanced Information Technologies)		Xunta de Galicia
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación		
Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación		
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades		
Ministerio de Cultura		

ANEXO I

RESUMEN DEL PLAN NACIONAL DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA Y RELACIÓN CON EL TURISMO

COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 01: Plan de choque de movilidad sostenible, segura y conectada en entornos urbanos y metropolitanos	Impulso de la descarbonización de la movilidad urbana y la mejora de la calidad del aire, así como la potenciación y optimización del transporte urbano y metropolitano	ALTO	- Transformación del transporte urbano y Metropolitano (2.916M€) - Incentivos a la instalación de puntos de recarga, a la adquisición de vehículos eléctricos y de pila de combustible y a la innovación en electromovilidad, recarga e hidrógeno verde (2.000M€) - Mejora de calidad y fiabilidad del servicio de Cercanías (1.620 M€)	- Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana - Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
Componente 02: Plan de rehabilitación de vivienda y regeneración urbana	Activar una rehabilitación que permita descarbonizar y mejorar la calidad y confort del parque edificatorio, fomentar la construcción de un parque de vivienda de alquiler social e integrar fuentes de energía renovable	ALTO	- Rehabilitación social y económica en entornos residenciales (3.420 M€) - Construcción de viviendas en alquiler social (1.000 M€) - Rehabilitación energética de edificios (300 M€) - Regeneración y reto demográfico (1000M€) - Rehabilitación de edificios públicos (1.080 M€) - Proyectos piloto de planes de acción local de la Agenda Urbana Española (20 M€)	- Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana - Ministerio de Hacienda Y Función Pública - Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
Componente 03: Transformación ambiental y digital del sistema agroalimentario y pesquero	El objetivo es mejorar la sostenibilidad, competitividad y resiliencia de los sectores agroalimentario y pesquero, tanto desde el punto de vista económico como medioambiental y social	MEDIO	- Rehabilitación social y económica en entornos residenciales (3.420 M€) - Construcción de viviendas en alquiler social (1.000 M€) - Rehabilitación energética de edificios (300 M€) - Regeneración y reto demográfico (1000M€) - Rehabilitación de edificios públicos (1.080 M€) - Proyectos piloto de planes de acción local de la Agenda Urbana Española (20 M€)	Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación



COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 04: Conservación y restauración de ecosistemas y su biodiversidad	Alcanzar un buen estado de conservación de los ecosistemas y revertir la pérdida de biodiversidad, garantizando un uso sostenible de los recursos naturales y la preservación y mejora de sus servicios ecosistémicos	MEDIO	- Plan para la mejora de la eficiencia y la sostenibilidad en regadíos (563 M€) - Plan de Impulso a la sostenibilidad y competitividad de la agricultura y la ganadería (355 M€) - Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal y del Medio Rural (38 M€) - Plan de impulso a la sostenibilidad, investigación, innovación y digitalización del sector pesquero (95 M€)	Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación
Componente 05: Preservación del litoral y recursos hídricos	Potenciación de la política del agua en tres ámbitos: la planificación hidrológica, el cambio normativo para introducir la nueva política del agua y las inversiones para materializar dicha política	MEDIO	- Digitalización y conocimiento del patrimonio natural (137.8M€) - Conservación de la biodiversidad terrestre y marina (551.6 M€) - Restauración de ecosistemas e infraestructura verde (551.5 M€) - Gestión Forestal Sostenible (401.1 M€)	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
Componente 06: Movilidad sostenible, segura y conectada	El objetivo es descarbonizar la economía y dar respuesta al cambio climático, la irrupción de nuevas tecnologías y los desafíos producidos por la concentración cada vez mayor de población en las grandes ciudades	ALTO	- Actuaciones de depuración, saneamiento, eficiencia, ahorro, reutilización y seguridad de infraestructuras (642 M€) - Seguimiento y restauración de ecosistemas fluviales, recuperación de acuíferos y mitigación del riesgo de inundación (800 M€) - Transición digital en el sector (380 M€) - Adaptación de la costa al cambio climático (269 M€)	Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana
Componente 07: Despliegue e integración de energías renovables	Desarrollo de generación de energías renovables eléctricas, impulso a la generación renovable integrada en los sectores de edificación, industrial y transporte, adecuada integración territorial y ambiental de las renovables	MEDIO	- Desarrollo de energías renovables innovadoras, integradas en la edificación y en procesos productivos (2.365 M€) - Energía sostenible en las islas (700 M€)	- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico - Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana

COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 08: Infraestructuras eléctricas, promoción de redes inteligentes y despliegue de la flexibilidad y el almacenamiento	El desarrollo de un sistema energético más flexible, el desarrollo de nuevos modelos de negocio innovadores y la participación de nuevos actores en el sistema eléctrico y un marco normativo más ágil y capaz de adaptarse	BAJO	- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico - Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
Componente 09: Hoja de ruta del hidrógeno renovable y su integración sectorial	Pretende posicionar a España como referente tecnológico en producción y aprovechamiento del hidrógeno renovable, creando cadenas de valor innovadoras	BAJO	Hidrógeno renovable: un proyecto país (1.555 M€)	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
Componente 10: Estrategia de Transición Justa	Minimizar el impacto del cese de actividades como la minería del carbón o las centrales térmicas de carbón o las centrales nucleares conforme se vaya acordando su cierre	MEDIO	- Plan de restauración ambiental para explotaciones mineras (150 M€) - Plan de infraestructuras ambientales, digitales y sociales en municipios y territorios en transición (100 M€) - Proyectos de I+D+i en almacenamiento de energía y eficiencia energética (30 M€) - Plan de apoyo para la recualificación profesional e inserción laboral de trabajadores y población afectados por la transición energética (20 M€)	Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico



COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 11: Modernización de las Administraciones públicas	La modernización del conjunto de agentes del sector público, la renovación de su equipamiento con principios de eficiencia energética y la modernización de procesos, además de la capacitación del conjunto de empleados públicos	MEDIO	- Modernización de la Administración General del Estado (960 M€) - Proyectos tractores de digitalización de la Administración General del Estado (1.205 M€) - Transformación Digital y Modernización del Ministerio de Política Territorial y Función Pública y de las Administraciones de las CCAA y las EELL (1.000 M€) - Plan de Transición Energética en la Administración General del Estado (1.070 M€) - Transformación de la Administración para la Ejecución del PRR (79,785 M€)	- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital - Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social - Ministerio de Justicia - Ministerio de Trabajo y Economía Social - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones - Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación - Ministerio de Defensa - Ministerio del Interior - Ministerios de Consumo y Bienestar Social - Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Componente 12: Política Industrial España 2030	El objetivo será impulsar la modernización y la productividad del ecosistema español de industria-servicios, mediante la digitalización de la cadena de valor, el impulso de la productividad, la competitividad y la mejora de la eficiencia energética de los sectores estratégicos claves en la transición ecológica y la transformación digital	ALTO	- Espacios de datos sectoriales (contribución a proyectos tractores de digitalización de los sectores productivos estratégicos) (400 M€) - Programa de Impulso de la Competitividad y Sostenibilidad Industrial (2531,5 M€) - Plan de apoyo a la implementación de la normativa de residuos y al fomento de la economía circular (850 M€)	- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital - Ministerio de Industria, Comercio y Turismo - Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 13: Impulso a la pyme	Facilitar la creación de empresas, su crecimiento y su reestructuración, a mejorar el clima de negocios, así como a seguir impulsando los importantes procesos de aumento de productividad mediante la digitalización, la innovación y la internacionalización. El objetivo será impulsar la modernización y la productividad del ecosistema español de industria-servicios, mediante la digitalización de la cadena de valor, el impulso de la productividad, la competitividad y la mejora de la eficiencia energética de los sectores estratégicos claves en la transición ecológica y la transformación digital.	ALTO	• Emprendimiento (328,795 M€) • Crecimiento (498 M€) • Digitalización e Innovación (3.547,986 M€) • Apoyo al Comercio (317,719 M€) • Internacionalización (201,85 M€)	• Ministerio de Industria, Comercio y Turismo • Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital
Componente 14: Plan de modernización y competitividad del sector turístico	El componente tiene el objetivo de transformar y modernizar el sector turístico en España a través de sostenibilidad y la digitalización, aumentando su competitividad y resiliencia.	ALTO	• Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad (1.923 M€) • Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico X(337 M€) • Estrategias de resiliencia turística para territorios extrapeninsulares (220 M€) • Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad (920 M€)	• Ministerio de Industria, Comercio y Turismo • Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital
Componente 15: Conectividad Digital, impulso de la ciberseguridad y despliegue del 5G	El impulso de la conectividad y de los medios de comunicación con la seguridad requerida, supone un factor clave para la modernización y digitalización del tejido empresarial, especialmente de las Pymes.	MEDIO	• Extensión de la banda ancha ultrarrápida (745 M€) • Refuerzo de conectividad en centros de referencia, motores socioeconómicos y proyectos tractores de digitalización sectorial (400 M€) • Bonos de conectividad para pymes y colectivos vulnerables (10,45 M€) • Despliegue de infraestructuras digitales transfronterizas (500 M€) • Despliegue del 5G (1.405 M€) • Ciberseguridad (524 M€)	• Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital
Componente 16: Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial	Situar a España como país puntero en Inteligencia Artificial y liderar a nivel mundial el uso de la lengua española en la IA.	BAJO	• Estrategia Nacional de IA (500 M€)	• Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital



COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 17: Reforma institucional y fortalecimiento de las capacidades del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación	El objetivo es hacer frente a la recuperación económica y social del país y que el SECTI sea un instrumento clave para abordar los grandes desafíos como la transición ecológica y justa, la digitalización y el reto demográfico	MEDIO	• Planes Complementarios con CCAA (282,166 M€) • Fortalecimiento de las capacidades, infraestructuras y equipamientos de los agentes del SECTI (445,19 M€) • Proyectos I+D+I (1.167,07 M€) • Carrera científica (294,02 M€) • Transferencia de conocimiento (402,29 M€) • Salud (490,47 M€) • Medioambiente, cambio climático y energía (98,88 M€) • PTAS (I+D+I en automoción sostenible) (40 M€) • Sector aeroespacial (160 M€)	• Ministerio de Ciencia e Innovación
Componente 18: Renovación y ampliación de las capacidades del Sistema Nacional de Salud	Tener un modelo sanitario más robusto, flexible y resiliente. Un modelo que afiance la sanidad pública como un pilar esencial del Estado del Bienestar, pero que también sea punta de lanza del desarrollo social	BAJO	• Plan de inversión en equipos de alta tecnología en el Sistema Nacional de Salud (792,1 M€) • Acciones para reforzar la prevención y promoción de la Salud (62,050 M€) • Aumento de capacidades de respuesta ante crisis sanitarias (80,910 M€) • Formación de profesionales sanitarios y recursos para compartir conocimiento (13,140 M€) • Plan para la racionalización del consumo de productos farmacéuticos y fomento de la sostenibilidad (20,8 M€) • Data lake Sanitario (100 M€)	• Ministerio de Sanidad

COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 19: Plan Nacional de Competencias Digitales digital skills	Se persigue garantizar la inclusión digital, no dejando a nadie atrás en el proceso de digitalización y avanzar en el desarrollo de competencias básicas de la ciudadanía	MEDIO	- Competencias digitales transversales (735,2 M€) - Transformación Digital de la Educación (1.412 M€) - Competencias digitales para el empleo (1.255,8 M€) - Profesionales digitales (190 M€)	- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital - Ministerio de Educación y Formación Profesional - Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación - Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico - Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil
Componente 20: Plan estratégico de impulso de la Formación Profesional	La transformación y modernización del sistema de formación profesional, de tal forma que se configure como uno de los ejes vertebradores de un nuevo modelo económico basado en el conocimiento	ALTO	- Reskilling y upskilling de la población activa ligado a cualificaciones profesionales (1.220,267 M€) - Transformación Digital de la Formación Profesional (256,1 M€) - Innovación e internacionalización de la formación profesional (598,998 M€)	Ministerio de Educación y Formación Profesional
Componente 21: Modernización y digitalización del sistema educativo, incluida la educación temprana de 0 a 3 años	Modernización y digitalización del sistema educativo para avanzar a un modelo personalizado, inclusivo y flexible, que se adapte a las necesidades de cada alumno	MEDIO	- Programa de impulso de escolarización en el Primer Ciclo de Educación Infantil (670,99 M€) - Programa de Orientación, Avance y Enriquecimiento Educativo en centros de especial complejidad educativa (320 M€) - Creación de Unidades de Acompañamiento y Orientación Personal y Familiar del alumnado educativamente vulnerable (124,71 M€) - Formación y capacitación del personal docente e investigador (383,121 M€) - Mejora de infraestructuras digitales, el equipamiento, las tecnologías, la docencia y la evaluación digitales universitarios (146,88 M€)	- Ministerio de Educación y Formación Profesional - Ministerio de Universidades - Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital



COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 22: Plan de choque para la economía de los cuidados y refuerzo de las políticas de inclusión	La modernización y refuerzo del conjunto de los servicios sociales, con especial atención al modelo de cuidados de larga duración, promoviendo la innovación y un modelo de Atención Centrada en la Persona	MEDIO	- Plan de apoyos y cuidados de larga duración (2.100 M€) - Plan de Modernización de los Servicios Sociales (899,1 M€) - Plan España País Accesible (157,5 M€) - Plan España te protege contra la Incremento de la capacidad y eficiencia del sistema de acogida de solicitantes de asilo (190 M€)	- Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030 - Ministerio de Igualdad - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones
Componente 23: Nuevas políticas públicas para un mercado de trabajo dinámico, resiliente e inclusivo	Promover un crecimiento inclusivo y sostenible desde el punto de vista económico y social y garantizar la seguridad jurídica	ALTO	- Empleo Joven (765 M€) - Empleo Mujer y transversalidad de género en las políticas públicas de apoyo a la activación para el empleo (105 M€) - Adquisición de nuevas competencias para la transformación digital, verde y productiva (434,5 M€) - Nuevos proyectos territoriales para el reequilibrio y la equidad (555 M€) - Gobernanza e impulso a las políticas de apoyo a la activación para el empleo (105,5 M€) - Plan integral de impulso a la Economía Social para la generación de un tejido económico inclusivo y sostenible (100 M€) - Fomento del crecimiento inclusivo mediante la vinculación de las políticas de inclusión social al Ingreso Mínimo Vital (298 M€)	- Ministerio de Trabajo y Economía Social - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones
Componente 24: Revalorización de la industria cultural	Fomento de la inversión que promueva la diversificación, consolidación y mejora de la oferta cultural en el territorio	ALTO	- Impulso de la competitividad de las industrias culturales (110,875 M€) - Dinamización de la cultura a lo largo del territorio (141,065 M€) - Digitalización e impulso de los grandes servicios culturales (73,06 M€)	Ministerio de Cultura y Deporte

COMPONENTE	OBJETIVO	IMPACTO DIRECTO	INVERSIONES	RESPONSABLES
Componente 25: España hub audiovisual de Europa Spain AVS Hub	Dinamizar el sector audiovisual a través de la internacionalización, el fomento de la innovación y la mejora de la regulación para posicionar a España como centro de referencia para la producción audiovisual y el sector de los videojuegos y los e-Sports	MEDIO	Programa de fomento, modernización y digitalización del sector audiovisual (200 M€)	- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital - Ministerio de Cultura y Deporte - Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
Componente 26: Plan de fomento del sector del deporte	La dinamización, reestructuración y modernización del sector adaptándolo a nueva realidad socioeconómica mediante los procesos de transformación digital y de transición ecológica	MEDIO	- Fomento del Deporte - Plan de Digitalización del Sector Deporte (75,6 M€) - Fomento del Deporte - Plan de Transición Ecológica de Instalaciones Deportivas (146,5 M€) - Fomento del Deporte - Plan Social del Sector Deporte (77,8 M€)	Ministerio de Cultura y Deporte
Componente 27: Medidas y actuaciones de prevención y lucha contra el fraude fiscal	La modernización de nuestro sistema fiscal haciéndolo más eficiente, de forma que permita prevenir y luchar contra el fraude fiscal y reforzar la capacidad de recaudación del sistema impositivo	BAJO	Cambios normativos y promoción de modelos cooperativos (no aplica)	Ministerio de Hacienda y Función Pública
Componente 28: Adaptación del sistema impositivo a la realidad del siglo XXI	Hacer del sistema tributario uno más equitativo, progresivo y justo, al mismo tiempo que se profundice en el diseño de una fiscalidad verde, se incorpore la perspectiva de género y se potencien políticas públicas de interés general, como la protección de la salud	BAJO	- Cambios normativos y promoción de modelos cooperativos (no aplica) - Promoción de medidas tributarias (no aplica) - Creación de comités (no aplica)	Ministerio de Hacienda y Función Pública
Componente 29: Mejora de la eficacia del gasto público	Mejorar la evaluación en el ámbito de las Administraciones Públicas	BAJO	Alineamiento de los Presupuestos Generales del Estado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 y la transición ecológica (no aplica)	Ministerio de Hacienda y Función Pública



España**Turismo** 2030