

# PLANES DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL DEL TURISMO **DIRECTRICES COMUNES**



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

# 1

## LA DIMENSIÓN SOCIAL DE LA SOSTENIBILIDAD

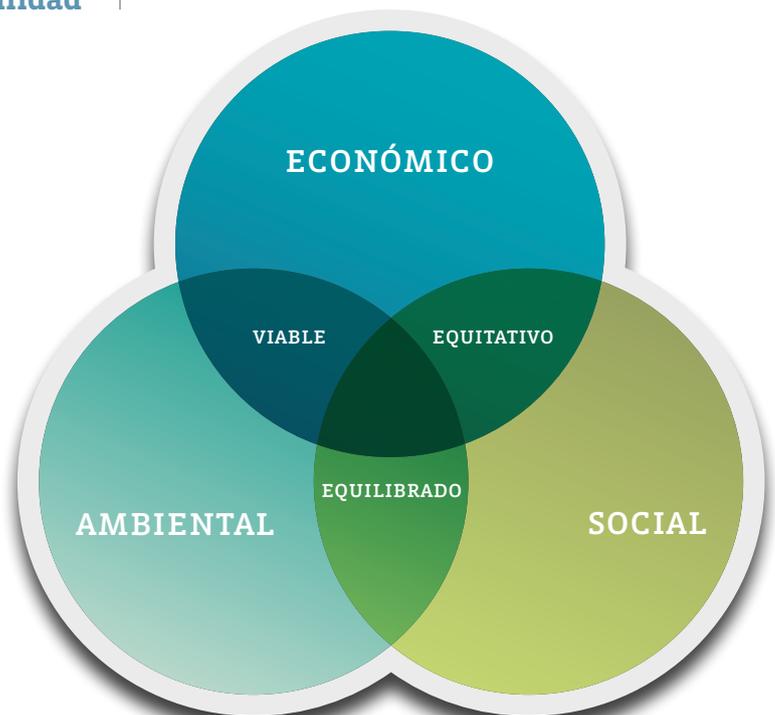
El concepto de sostenibilidad pretende que prestemos atención al futuro en todas las acciones que impulsamos en el presente, idea que ya aparecía en su definición más citada: *«el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas»* (Informe Brundtland, 1987).

Desde que el concepto comienza a extenderse, se ha generado mucha investigación sobre qué dimensiones incluye, qué problemática abarca y cuáles serían los instrumentos que permitirían implantar acciones que nos acerquen a ese gran objetivo.

En la mayoría de documentos y declaraciones la interdependencia entre crecimiento económico y conservación ambiental y la necesidad de una distribución equitativa de los beneficios del desarrollo del sector, configuran los ejes fundamentales del concepto de desarrollo sostenible.

Por ello se afirma que la sostenibilidad tiene una triple vertiente que incluye tres ámbitos interrelacionados: la sostenibilidad medioambiental, la sostenibilidad económica y la sostenibilidad social y la relación que existe entre ellas se representa de la siguiente manera (Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1992):

### Las tres dimensiones de la sostenibilidad



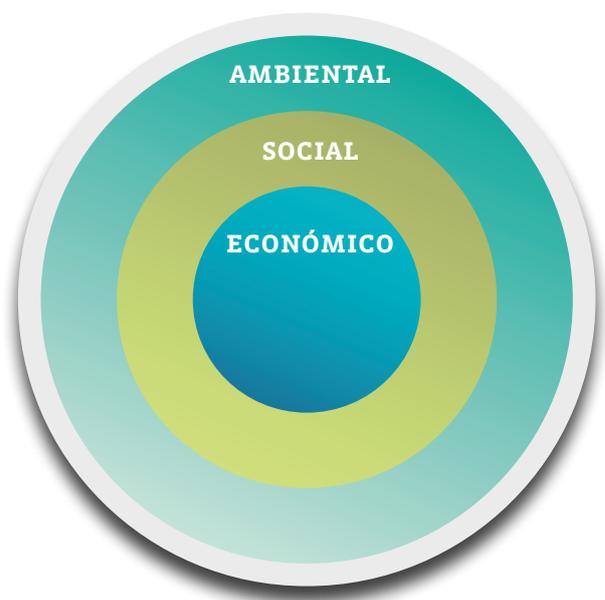
El debate sobre la sostenibilidad se centró inicialmente en cuestiones medioambientales y, en menor medida, económicas. Hasta principios del siglo XXI los aspectos sociales de la sostenibilidad apenas se discutían, más allá de asumir que la causa o solución de los problemas ligados a la sostenibilidad ambiental poseían una evidente dimensión social. En cambio, lo habitual era discutir los problemáticos nexos que se crean entre la preservación del medio ambiente y el desarrollo económico, confiando en la innovación tecnológica como mecanismo capaz de resolver las dificultades (Woodcraft, 2015).

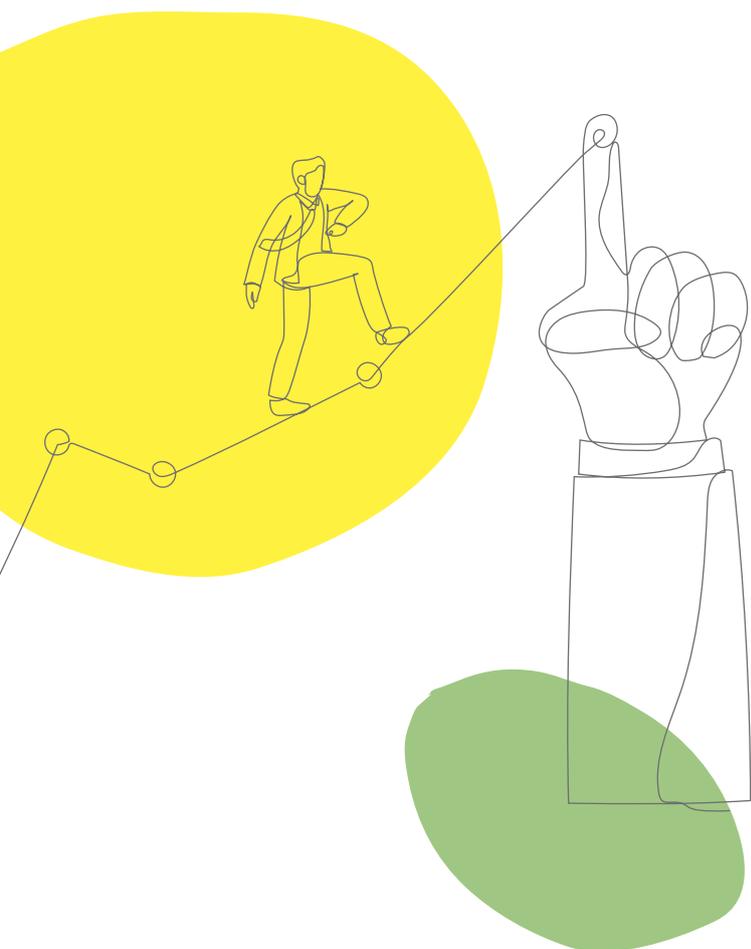
Una evolución de la reflexión sobre la relación que existe entre las tres dimensiones permite proponer una imagen anidada, representada por tres círculos concéntricos entrelazados, que simboliza mejor la interdependencia entre ellos y permite superar la idea de barreras entre acciones orientadas a mejorar cada una de las dimensiones (UNSC, **Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism, 2024**).

Las dimensiones económica y ambiental han sido objeto de reflexión y de diversas acciones. En general, se entiende que la dimensión económica hace referencia a que el desarrollo sea posible y rentable en términos económicos y financieros. Por su parte, la dimensión medioambiental persigue que el consumo de recursos naturales permita que se preserven los ecosistemas y que se controle la generación de residuos y emisiones. Pero la dimensión social de la sostenibilidad ha tenido un menor desarrollo conceptual y, sobre todo, programático, ya que el propio concepto de «lo social» es un concepto amplio con límites complejos.

En 1980, la Organización Mundial del Turismo (OMT) celebra en Manila la Conferencia Mundial del Turismo y aprueba la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial. En esta se reconoce, por primera vez, que la actividad turística no debería perjudicar económica ni socialmente a la comunidad de un destino ni a los recursos naturales y/o históricos existentes en él. Además, hace un llamado a no sobrepasar la capacidad de acogida de estos territorios (OMT, 1984).

### Sostenibilidad anidada





Desde entonces, la OMT impulsa acciones diversas en este sentido y elabora una definición de 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.» (2005 p.11).

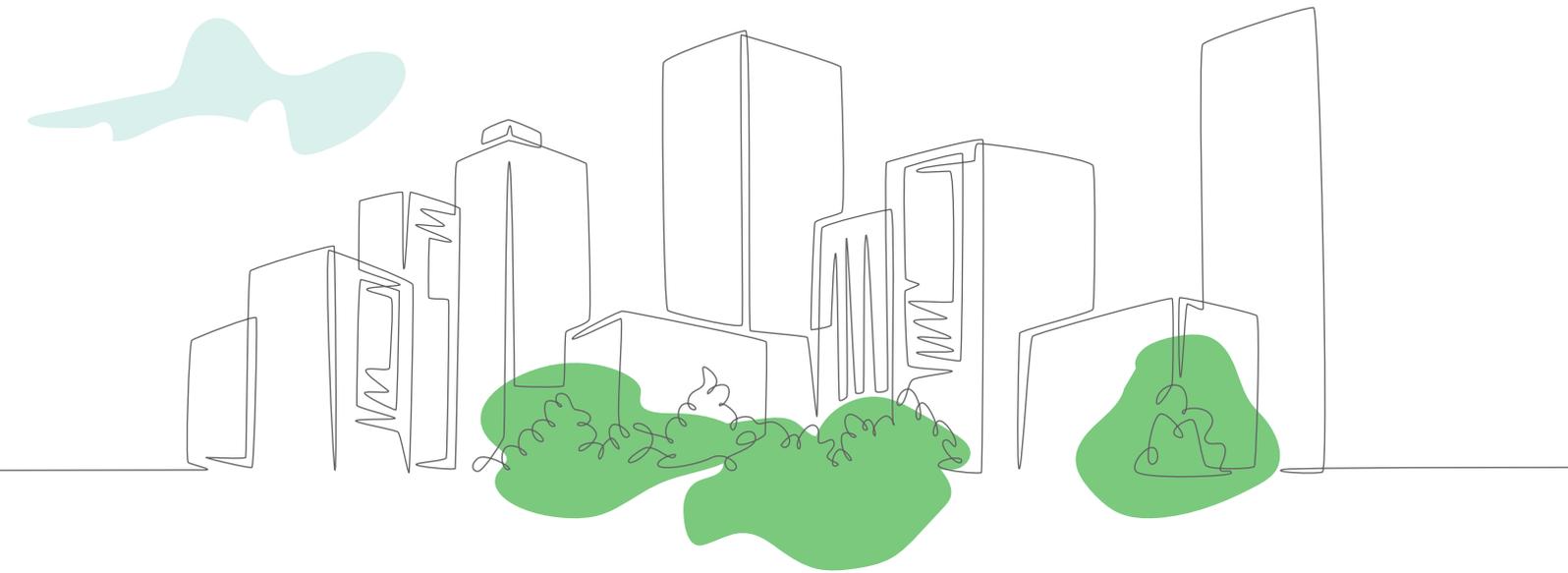
La sostenibilidad y todas las dimensiones asociadas a ella tienen una importancia cada vez mayor en el turismo.

Todos los análisis de tendencias identificadas señalan una sensibilidad cada vez más perceptible de los ciudadanos y ciudadanas del planeta hacia los posibles impactos negativos de las actividades turísticas. En este sentido también muchas y diversas organizaciones trabajan para proponer acciones que los destinos dispuestos a adaptarse a estas preferencias deberían implementar.

## Sostenibilidad social del turismo en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

El Componente 14 del **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España**, denominado Plan para la Modernización y Competitividad del Sector Turístico, contempla que, como parte del programa «Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad», se diseñaría una línea de acción para promover la sostenibilidad social del sector turístico a través de la elaboración de planes específicos. En el mismo se señala que la sostenibilidad social es clave para que el sector mantenga y mejore su prestigio social y para optimizar el reconocimiento de la población receptora, siendo esto un factor central para la propia competitividad del sector.





El impulso de la dimensión social de la sostenibilidad está también presente en la **Declaración de Palma**, documento impulsado en octubre de 2023 por el Gobierno de España en el contexto de la presidencia de la UE, en donde la dimensión social de la sostenibilidad tiene un papel central<sup>1</sup>.

De entre las diferentes dimensiones presentes en la sostenibilidad social, este primer programa pretende incidir en los asuntos que tienen que ver con el empleo turístico y el prestigio del sector como ámbito para el desarrollo profesional.

El Objetivo de Desarrollo Sostenible 8 de la **Agenda 2030** se centra en promover un crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, basado en un empleo pleno y productivo y en un trabajo decente para todos. El turismo es una fuente de empleo con implantación en la totalidad del territorio y que genera oportunidades muy diversas para perfiles muy diferentes. Y, siendo el turismo una actividad basada en el trato entre personas, el empleo también se convierte en un factor clave para la sostenibilidad de la actividad.

1. Declaración de Palma: El camino hacia la Sostenibilidad Social del Turismo en la EU.  
<https://spanish-presidency.consilium.europa.eu/en/news/palma-declaration-path-towards-social-sustainability-tourism-eu/>



# 2.

## PLANES DE SOSTENIBILIDAD SOCIAL DEL TURISMO

Para cumplir los acuerdos comprometidos en relación con el Fondo NextGeneration-UE es necesario impulsar Planes de Sostenibilidad Social para el turismo.

Mediante Acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo de 29 de diciembre de 2023 se aprueban las directrices comunes que articularán estos planes y que se describen a continuación.

### 2.1. Objetivos de los Planes de Sostenibilidad Social para el turismo

Los Planes de Sostenibilidad Social para el turismo pretenden impulsar el trabajo conjunto en acciones que incorporen la dimensión social de la sostenibilidad en el turismo español y en su sector, objetivo que debe ser parte de la agenda de los tres niveles de gobierno y también de los actores privados.

Los objetivos de los planes son:

1. Fortalecer el debate y el diálogo entre actores para potenciar el intercambio de ideas y la colaboración en relación con la sostenibilidad social del turismo.
2. Dotar de contenido a la dimensión social del turismo sostenible en España, concentrando el impulso en el empleo turístico sostenible y el prestigio del sector.
3. Impulsar acciones de co-creación de contenidos con agentes empresariales y sociales diversos, para concretar acciones específicas para el turismo y su sector, considerando la viabilidad de diferentes instrumentos – acciones de sensibilización, impulso a la responsabilidad social corporativa, extensión de buenas prácticas...:
4. Impulsar alianzas de actores públicos, privados y sociedad civil para mostrar cómo el turismo contribuye a mejorar las sociedades receptoras, creando destinos turísticos que promuevan el bienestar a partir de la comprensión de las necesidades de las personas que viven y trabajan en el mismo y de las personas que nos visitan como turistas.

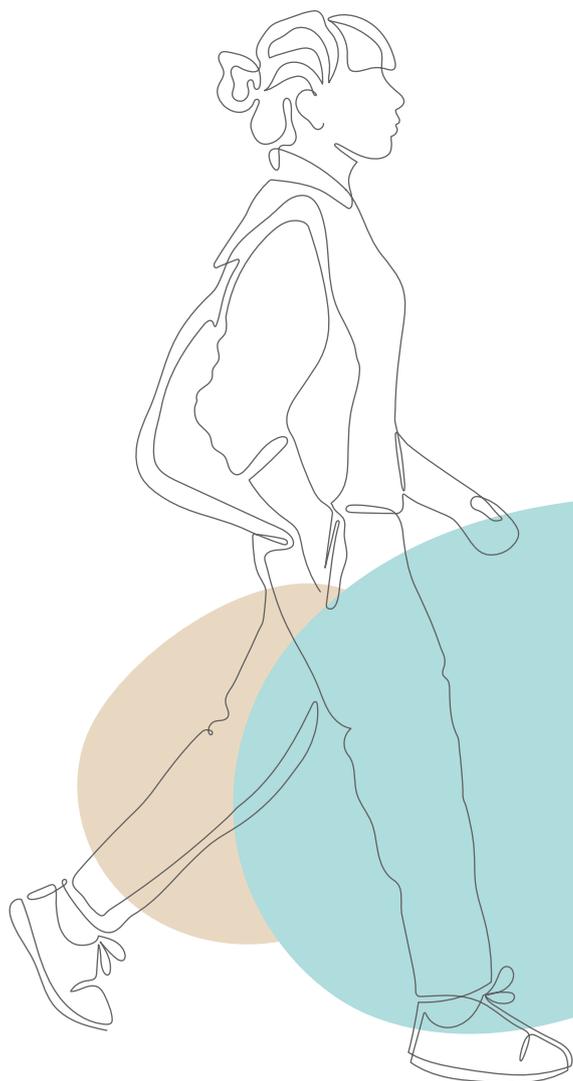


## 2.2. Conceptos sobre los que podrá trabajarse en los planes de sostenibilidad social para el turismo

Los conceptos que podrán ser parte de los Planes de Sostenibilidad Social para el turismo son:

- **Bienestar laboral.** El salario equitativo sigue siendo un elemento determinante en la satisfacción con el empleo, pero no es el único. Los y las trabajadoras consideran otros factores como la salud laboral o la prevención, y sus expectativas se orientan cada vez más a que se desarrollen programas en las empresas que satisfagan las necesidades personas, familiares y profesionales del trabajador, mejorando su calidad de vida y la conciliación con su vida privada.
- **Diversidad.** 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.

- **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 54% de las personas empleadas en el turismo. 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: la feminización de los puestos de trabajo de menor calidad o la presencia de mujeres en los puestos de liderazgo son ámbitos de mejora.



- **Empleo de calidad.** Dentro del sector existen algunas dinámicas que pueden impactar en la mejora de la calidad del empleo. Es necesario impulsar acciones que permitan distinguir prácticas relevantes y alejadas de procesos de informalidad que dañan el prestigio del sector.
- **Liderazgo empresarial responsable.** Son muchas las organizaciones turísticas comprometidas con potenciar compromisos orientados a mejorar los impactos sociales del turismo. Se trata pues de fortalecer la movilización de liderazgos turísticos fuertes, responsables de programas que supongan impactos sociales positivos del turismo en sus destinos.
- **Turismo como espacio profesional.** El sector turístico, dada la transversalidad y heterogeneidad de sus actividades, es un ámbito interesante y diverso para el desarrollo profesional. Sin embargo, no se logra comunicar la variedad de perfiles que contiene y las posibilidades laborales ligadas al mismo. Acciones destinadas a entender esta variedad y comunicarlas mejorarían la información de los y las ciudadanas sobre el turismo como ámbito profesional.

### 2.3. Tipos de acciones que podrán incorporarse en los Planes de Sostenibilidad Social para el turismo

Cada comunidad autónoma o ciudad autónoma diseñará un plan de acción que contenga acciones relacionadas con cualquiera de los conceptos anteriores.

Entre otras acciones se podrán impulsar:

- Guías de apoyo a acciones concretas relacionadas con la sostenibilidad social (por ejemplo, guías para favorecer la diversidad en el empleo).
- Trabajos de recopilación de buenas prácticas o casos de éxito relacionados con el tema específico que se acuerde.
- Planes de sensibilización basados en acciones de formación
- Acciones de comunicación.
- Programas de apoyo a la implantación de acciones a través de instrumentos concretos como herramientas de autodiagnóstico o instrumentos de compromiso - códigos de conducta, sellos éticos, memorias de sostenibilidad social, ect-.
- Cualquier otro que, en el ejercicio de su autonomía, se alinee con los objetivos de las presentes directrices y trabaje sobre los conceptos anteriores.



## 2.4. Seguimiento y justificación

Cada comunidad autónoma elaborará un Plan de Sostenibilidad Social para el turismo y será la coordinadora de la ejecución y justificación.

En los instrumentos jurídicos que diseñe deberá incorporar los compromisos asumidos, como el que solo puedan recibir apoyo las actividades que cumplan el acervo comunitario y nacional en materia medioambiental, según el principio de la Guía Técnica (2021/C58/01) de «No daño significativo» al medioambiente, estableciendo un listado de actividades y activos excluidos de la financiación y cualquier otro compromiso reflejado en el Acuerdo de Conferencia Sectorial para el programa.

Los plazos de ejecución de los Planes de Sostenibilidad Social son los recogidos en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Las actuaciones estarán sometidas asimismo al seguimiento y control que se establezca para el PRTR, así como las obligaciones específicas relativas a la información y publicidad, control, verificación, seguimiento y demás obligaciones impuestas por la normativa interna y de la Unión Europea que se establezcan para el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia de la UE y cuya aplicación será de obligado cumplimiento.

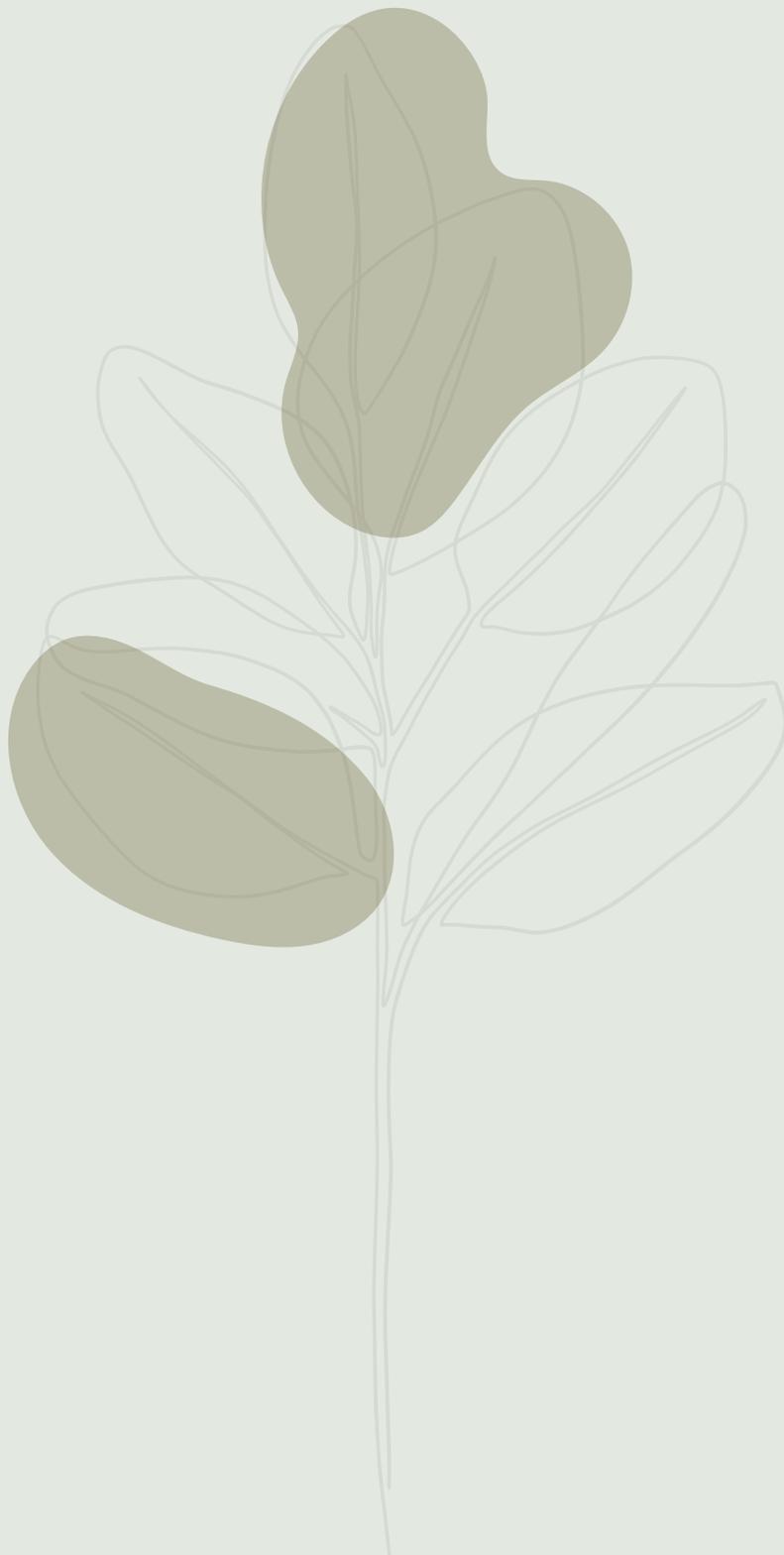
Se creará una comisión de seguimiento para cada Plan en la que participará la SETUR y las comunidades autónomas. En esta comisión se hará seguimiento al desarrollo de las inversiones, la ejecución del gasto y el cumplimiento de los hitos de cada uno de los programas.

En todo caso, cada comunidad autónoma garantizará una batería de indicadores de seguimiento e impacto, que deberá incluir, al menos, los indicadores de la siguiente tabla que permitirán monitorizar la ejecución y el estado de las actuaciones. :

### Indicadores de seguimiento

A	Número total de acciones impulsadas
B	Número de organizaciones privadas implicadas en las diferentes acciones, desagregados por tipo de entidad y tamaño.
C	Número de participantes en las diferentes acciones de formación o sensibilización, desagregado por mujeres y hombres.
D	Número de acciones de comunicación impulsadas, desagregadas por tipo y medio.





©: Enero 2024

Secretaría de Estado de Turismo.  
Ministerio de Industria y Turismo.

Catálogo de Publicaciones  
de la Administración General del Estado:

<https://cpage.mpr.gob.es>

NIPO: 217-24-008-9 (en línea)

Diseño: Capricornia



**Financiado por  
la Unión Europea**  
NextGenerationEU



**Plan de Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia**



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO