

DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS PARA EL TURISMO EN EL MARCO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Eduardo A. del Valle Tuero*

Resumen: El turismo es una actividad que ha venido creciendo de forma continua en los últimos años. No obstante, como actividad tiene sus efectos negativos y positivos. En un marco de transformación de las políticas mundiales, especialmente las europeas, donde el desarrollo sostenible se convierte en el objetivo principal para los próximos años, el turismo se enfrenta a algunos desafíos importantes, más si cabe, cuando en estos tres últimos años, todavía no ha logrado alcanzar las cifras en niveles prepandémicos. Este artículo tiene por objetivo plantear una serie de retos y desafíos para la actividad turística en un contexto muy diferente al que teníamos hace tres años. Desafíos para la transformación del turismo hacia el desarrollo sostenible.

Palabras Clave: turismo, sostenibilidad, ODS, desafíos

Abstract: Tourism is an activity that has been growing steadily in recent years. However, as an activity, it has its negative and positive effects. In a framework of transformation of the world and, especially European policies, where sustainable development becomes the main objective for the coming years, tourism faces some important challenges, even more so when in the last three years; it has not yet managed to reach pre-pandemic levels. This article aims to set out a series of challenges for tourism activity in a very different context to the one we had three years ago. Challenges for the transformation of tourism towards sustainable development.

Keywords: tourism, sustainability, SDGs, challenges

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad en crecimiento que se ha visto gravemente afectada en los últimos años por la pandemia de la COVID-19. En un contexto donde la máxima preocupación a nivel mundial se centra en el desarrollo sostenible y en mitigar el cambio climático, especialmente en la Unión Europea, el turismo se ha visto sacudido en su concepto más interno: la movilidad, por las restricciones a la misma, y los *shocks* de demanda y oferta que la pandemia ha producido a la actividad turística.

Son cuestiones que se abordan a lo largo de este artículo; en un contexto de retroceso económico, donde se intenta cambiar el modelo, el turismo se enfrenta a retos y desafíos. Para ello analizaremos el contexto en el que actualmente se encuentra el turismo, la sostenibilidad y la actividad turística para, en una tercera parte, presentar los desafíos y retos a los que, en el nuevo marco de desarrollo sostenible, se ha de enfrentar la actividad turística. En qué medida la dimensión económica predomina frente a la medioambiental, a la social.

* Universidad de Oviedo. Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales “Jovellanos”. C/ Luis Moya Blanco 261, Laboral, Ciudad de la Cultura. 33203 Gijón, España. Teléfono: 985182604 / valleeduardo@uniovi.es / Código ORCID: 0000-0002-5084-109X.

Para ello tendremos de referencia el trabajo realizado por el autor dentro del equipo de investigación de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT) integrado por el profesor Enrique Navarro, Sergio Moreno y Javier Melgosa, encargado y publicado por SEGITTUR (2021).

Hay que indicar que este artículo es fruto de la ponencia presentada en el II Simposio Internacional “Paradores, Turismo y Territorio. Rumbo al centenario”, celebrado en Gijón del 23 al 25 de marzo de 2022, en colaboración con la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales “Jovellanos” de la Universidad de Oviedo.

2. EL TURISMO EN EL CONTEXTO MUNDIAL

Hasta 2019 se observan fuertes crecimientos tanto en la demanda como en la oferta turística. Factores como el entorno macroeconómico, contención de precios, estabilidad económica, globalización, el empuje de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que permiten a la demanda acceder a una información global, trae consigo un incremento de la competitividad, no solo de las empresas, sino de los destinos turísticos.

Destinos que han de entenderse desde una perspectiva micro: municipio o localidad, región (comunidad autónoma en el caso de España), así como las acciones coordinadas multidestino (España Verde, itinerarios culturales...). Y desde un enfoque macro: de país o nación, junto a las políticas supranacionales sobre turismo en el marco de la

Unión Europea, donde el Consejo Europeo (2022) ha publicado recientemente las consideraciones a la *Agenda Europea para el Turismo 2030* la cual establece un plan de trabajo plurianual en la necesidad de proteger al sector turístico a la vez que se busca que este sea más sostenible y responsable.

Y esa competencia de destinos supone a su vez una rivalidad entre empresas en mercados globales e interconectados, lo cual nos obliga a reconsiderar a todos los niveles (públicos y privados) las políticas comerciales y de *marketing* de producto, de precio, de distribución y de comunicación, así como la lealtad del cliente, la imagen de marca de destinos y de sus empresas turísticas.

De acuerdo con la definición de la OMT “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio” (Naciones Unidas, 2010, p. 1). En esta definición, se propone sustituir el término “fenómeno” por “actividad”. Esta modificación se basa en que el turismo no es una manifestación natural o inmaterial, sino una actividad que tiene tanto efectos como externalidades positivas y negativas en la economía, el empleo y el territorio, impacta a la población local y, a su vez, tiene consecuencias sobre los visitantes turísticos.

La actividad turística en el territorio supone el incremento del uso y consumo de los recursos territoriales del espacio en el que se produce, generando la preocupación de académicos, gestores e instituciones por la mejora en la gestión del turismo.

La revista americana *The New Yorker*, de gran prestigio en el análisis cultural y comercial, con portadas ilustradas de referencia (Katz, 2015; Sabaté-Gauxachs, Micó-Sanz y Díez-Bosch, 2019), dedicó, en su edición de 29 de julio de 2019, su portada al turismo con una ilustración que evoca precisamente sus efectos negativos mostrando como acaba con el territorio “pisoteado”. (Figura 1).

En la figura 2, podemos ver cuatro fotos que nos acercan a las cuestiones y preocupaciones que han ido apareciendo en los últimos años, tanto en medios de comunicación, como en el ámbito profesional y académico: masificación, Venecia y los cruceros (González, 2018), las viviendas turísticas y la gentrificación (García Herrera, Smith y Mejías Vera, 2013, Gravari-Barbas y Guinand 2017, Cocola-Gant, 2018; entre otros)

Figura 1. Portada de Joost Swarte. “Power Trip” para *The New Yorker* del 29 de julio de 2019



FUENTE: <https://www.newyorker.com/magazine/2019/07/29>

Figura 2. Fotos sobre masificación.



FUENTE: Elaboración propia. Fotos: Tazones (Asturias), Venecia, Mallorca y Malta.

No obstante, no todo es negativo en el turismo, ya que las externalidades, positivas o negativas, van a depender también de la buena o mala gestión de este (Valdés, 2004). Efectos positivos que se muestran a través de la recuperación del patrimonio, la conservación de recursos culturales y naturales, la mejora económica y del empleo en los territorios por los efectos multiplicadores y de arrastre del turismo: los directos y también los indirectos (Naciones Unidas, 2008).

Así pues, con la preocupación generalizada por los efectos negativos del turismo, llegamos al primer trimestre de 2020, momento en el que la pandemia de la COVID-19 paraliza el mundo. Y tomando como referencia la misma revista señalada anteriormente, nos fijamos en otra ilustración que nos evoca el “vacío” (Figura 3).

Figura 3. Portada de Eric Drooker. “Grand Central terminal” para *The New Yorker* de 30 de marzo de 2020



FUENTE: <https://www.newyorker.com/culture/cover-story/2020-03-30>.

Apenas ocho meses después, el 30 de marzo, la misma revista que reflejaba los problemas del turismo, publica un grabado con la Estación Central de Nueva York vacía, y es cuando un icono del turismo mundial, como es esta metrópoli, asociada al lema “ciudad que nunca duerme”, se apaga.

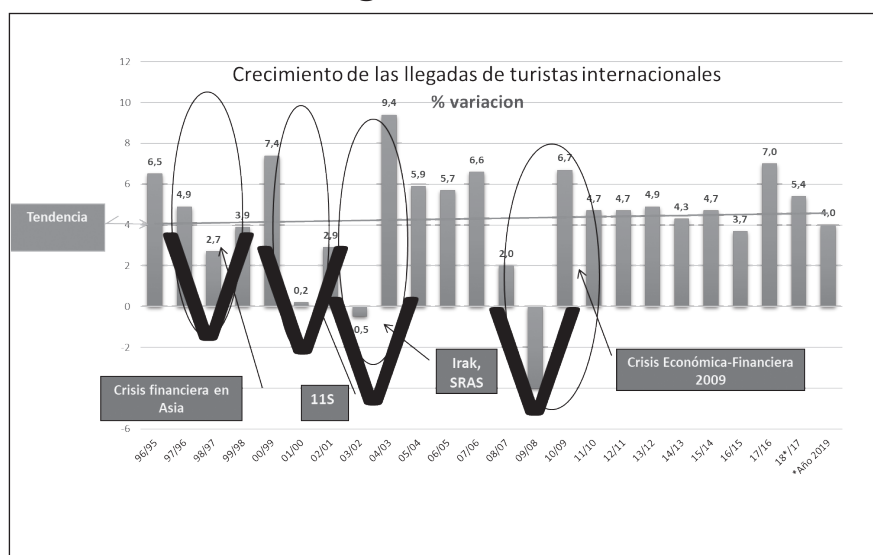
Con la pandemia saltan las alarmas en los sectores del ocio, en la hostelería y en todas las actividades derivadas del turismo. Debido al cierre de fronteras, la limitación a la movilidad, los cielos se vacían de aviones, el turismo como actividad económica (durante unos meses) deja de producir. Los miedos en la industria a nivel mundial hacen que se vuelva a pensar en el turismo como algo necesario y positivo, a pesar de esos conflictos que también genera.

2.1. Panorama del turismo mundial

A pesar de las diferentes coyunturas que a nivel mundial se producen, podemos afirmar que la actividad turística mantiene una tendencia creciente a largo plazo. Históricamente, el turismo ha mostrado fuertes descensos ante determinados eventos de alcance mundial (bélicos, sanitarios y económicos), pero siempre se ha caracterizado por su recuperación en forma de V; es decir, caídas drásticas seguidas de fuertes e intensas recuperaciones en el año siguiente (Figura 4).

En estos tres últimos años, la pandemia de la COVID-19 ha ralentizado el crecimiento de la actividad turística internacional, aunque en los nueve primeros meses del año 2022 se habían recuperado el 62,5 % de

Figura 4. Crecimiento de las llegadas de turistas internacionales (95-2019)



FUENTE: Elaboración propia a partir de UNWTO (2019) - Barómetro OMT nº 17 (3) Sep. 2019. 2018* Provisional data (Data as collected by UNWTO, September 2019).

los viajes internacionales a nivel mundial con respecto al año 2019 (UNWTO, 2023). En este periodo se registran 917 millones de llegadas internacionales frente a los 1465 millones de 2019, lo que supone un crecimiento del 101,6 % con respecto a 2021.

Esa recuperación en forma de V no se ha producido con la pandemia. Ha mostrado más lentitud y, como comentamos anteriormente, es en 2022 cuando se acelera la recuperación turística, especialmente por la aportación de Europa (Figura 5).

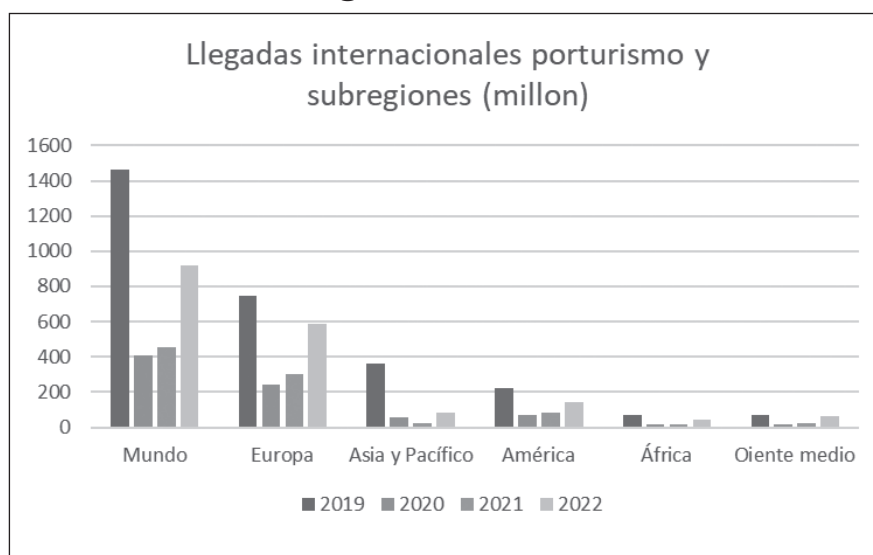
Se confirma la rápida recuperación del turismo cuando las coyunturas nacionales van asentándose, pero todavía sigue mostrando un comportamiento desigual por regiones mundiales, como Asia y el Pacífico que son las que presentan, hoy en día, las cifras más reducidas en términos de recuperación (apenas un 23,5 %), debido espe-

cialmente al cierre de fronteras en China al turismo y a la movilidad vigente en 2022, frente a Europa, que ha recuperado ya el 78,5 % (UNWTO, 2023).

Tal y como se indicaba en el informe de SEGITTUR (2021), la pandemia afectó a la propia naturaleza del ocio y del turismo, a su esencia, mientras que la recuperación de la actividad turística, desde la perspectiva económica, seguía una trayectoria en forma de K, algunos sectores mejoraban y otros no. Tal y como se observa en la figura 5 se advierte que algunos países ya están en fases ascendentes, mientras otros todavía no.

Dentro de los sectores económicos que operan en el turismo la situación ha sido similar. La hostelería se ha recuperado más rápidamente debido sobre todo a la recuperación del turismo interno. En España, por ejemplo, la encuesta de turismo de residen-

Figura 5. Crecimiento de las llegadas de turistas internacionales (2019-2021)



FUENTE: Elaboración propia a partir de UNWTO (2013) - Barómetro OMT n° 21 (1) Ene 2023 2022* Provisional data (Data as collected by UNWTO, January 2023).

tes muestra que, si en 2019 el 10,4 % de los viajes tenían como destino el extranjero, en los años 2020 y 2021 solo supusieron un 5 % en ambos años (Cuadro 1).

Cuadro 1. Viajes de los españoles por tipo de destino principal

Viajes	Extranjero	%	España	%
2021	7 205 752	5,0	135 687 709	95,0
2020	5 074 468	5,0	96 449 394	95,0
2019	20 119 745	10,4	173 754 971	89,6

FUENTE: INE: Encuesta de Turismo de residentes.

Por otra parte, con la guerra en Ucrania, se añade un escenario más de incertidumbre al escenario sanitario y las consecuencias en la inflación y el incremento de costes. Sin embargo, llegados a este punto, también se

ha de señalar que el turismo se enfrenta a una certeza: **el calentamiento global y el cambio climático**, que exigen medidas inmediatas e implican cambios en los modelos de desarrollo turístico.

3. SOSTENIBILIDAD Y TURISMO

El concepto de sostenibilidad y desarrollo sostenible no es nuevo en turismo (Pigram, 1990; Lane, 1991; Nelson, 1993; UNWTO, 1993; Butler, 2007; entre otros) pues ya en 1995 se celebró en Lanzarote la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible donde se aprobó la Carta del Turismo Sostenible, ratificada de nuevo en el Cumbre de 2015 celebrada en Vitoria-Gasteiz.

Aunque se ha trabajado desde hace tiempo en términos de sostenibilidad y turismo, es en la actualidad cuando el turismo, de

forma global y universal, necesita incorporar un cambio de dirección efectivo en sus políticas y estrategias hacia un verdadero desarrollo sostenible con medidas concretas y cuantificables.

El paradigma del desarrollo sostenible implica un cambio en las prioridades y enfoques de la gestión turística, tanto en el sector público como privado. En este contexto, las estrategias y acciones que se implementen pueden ser evaluadas en términos de su grado de sostenibilidad, o alcance (débil frente a fuerte), tal y como señalan Jiménez (1997) o Pearce y Atkinson (1993).

Las decisiones por tomar han de considerar en qué grado vamos a actuar, pues dentro de ese desarrollo sostenible siempre hay que entender la necesidad de limitar la actividad. Saarinen (2006 y 2014) indica que los límites del crecimiento en el marco de la sostenibilidad y la capacidad de carga de un destino pueden verse desde tres perspectivas: estableciendo los límites considerando el uso de los recursos, con objetivos cuantificables y medición de impactos; fijar límites dinámicos en función de la actividad, con la necesaria adaptación en el tiempo; límites desde la perspectiva de la comunidad local, con una visión social del turismo en búsqueda del beneficio comunitario considerando a la población local y a los diferentes grupos de interés. Siempre, en estos casos, las preguntas son: ¿dónde está el límite? y ¿quién lo pone?

Ahora mismo, estamos en momentos críticos desde una perspectiva medioambiental en la que nos encontramos con múltiples desafíos (no solo el del cambio climático)

y, muy probablemente, sean estos los que generen las palancas necesarias para dar respuestas a las preguntas señaladas.

A esos desafíos globales se han planteado los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Unos ODS que han de ser considerados como orientaciones en el medio y largo plazo en la consecución de un mundo mejor, más sostenible, dónde establecer nuevos modelos de relaciones tanto a nivel global como particular (Suárez, E., González-Torre y Del Valle, 2021).

En este contexto mundial, la Unión Europea (UE) ha asumido y consolidado su desarrollo futuro sobre los ODS, firmando a su vez el Acuerdo de París sobre el Cambio Climático. Eso supone reforzar las acciones ya desarrolladas anteriormente e implementar los objetivos del desarrollo sostenible en todas las políticas europeas como eje central. Por ello, la actividad turística y las industrias que dan soporte a la misma no son ajenas a las estrategias marcadas en el ámbito de la UE, por lo que todas las empresas turísticas y los destinos deben implicarse y orientar los objetivos de sus políticas hacia el desarrollo sostenible.

La Comisión Europea presentó el 11 de diciembre de 2019 el Pacto Verde Europeo (1) como hoja de ruta para lograr que la economía de la UE sea sostenible. Su objetivo es fomentar el uso eficiente de los recursos, promover un cambio hacia una economía limpia y circular, reducir las externalidades negativas como la contaminación y trabajar en la restauración de la biodiversidad. El

Pacto Verde Europeo también sintetiza las inversiones necesarias y las herramientas de financiación disponibles para dotar a la UE de una economía sostenible.

Desde la UE se asumen diferentes paquetes de acciones y estrategias, entre las que cabe citar:

- Energía limpia para todos los europeos (2).
- Estrategia “de la granja a la mesa” (3).
- Plan de Acción para la Economía Circular en 2020 (4).
- Estrategia de la Unión Europea sobre la biodiversidad de aquí a 2030 (5).
- Un nuevo enfoque para la economía azul en 2021 (6).

Todas ellas con incidencia directa en el turismo especialmente, porque el Plan de Recuperación para Europa, también denominado *Next Generation* (7), que se diseñó para hacer frente a las consecuencias de la pandemia por COVID-19, se basa en la sostenibilidad, la resiliencia y la digitalización de las empresas y de los estados miembros.

En este contexto, España está elaborando su Estrategia de Turismo Sostenible 2030, basada en 6 principios y 5 ejes (Cuadro 2) junto a diferentes iniciativas y estrategias como el diseño y desarrollo de la metodología Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) o el Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, pro-

grama que se inscribe en los ejes estratégicos de la Agenda 2030 de España (Gobierno de España, 2018).

Cuadro 2. Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030

PRINCIPIOS	EJES ESTRATÉGICOS
Crecimiento socio económico	Crecimiento sostenible
Preservación de los valores naturales y culturales	Producto, marketing e inteligencia turística
Beneficio social	Espacio turístico, empresas y personas
Participación y gobernanza	Gobernanza colaborativa
Adaptación permanente	Transformación competitiva
Liderazgo	

FUENTE: Secretaría de Estado de Turismo. <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>.

4. DESAFÍOS Y RETOS DEL TURISMO

De acuerdo con el informe elaborado por SEGITTUR (2021)⁸, se identificaron diez áreas temáticas en las que se deben tomar medidas para superar los efectos de la pandemia en el turismo. Estas medidas se orientan a nuevo contexto socioeconómico y con un enfoque hacia el desarrollo sostenible, teniendo en cuenta que la sostenibilidad abarca cuatro dimensiones principales: económica, social, medioambiental y de gobernanza (Cuadro 3).

Cuadro 3. Decálogo de áreas temáticas en la relación turismo y sostenibilidad

1. Superación de la crisis: recuperación de la actividad con la menor pérdida de empresas y empleo. Viajes y COVID-19: controles, trazabilidad, eficacia y proximidad
2. La necesidad de adaptación a los procesos globales y a la crisis climática.
3. Refundar la nueva normalidad en principios sostenibles: cambios estructurales y el rol de la tecnología y la digitalización
4. Gobernanza: sostenibilidad como punto fundamental de la agenda política
5. El objetivo imprescindible de mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales y el uso del turismo como herramienta de reducción de la desigualdad.
6. Transporte: descarbonizar la principal fuente de emisiones del sector
7. La existencia de unos turistas cada vez más exigentes en términos de sostenibilidad, que además buscan experiencias y recursos auténticos
8. La diferenciación y la calidad integral en la cadena de valor requerida en los destinos turísticos
9. Agenda de investigación: mejora de conocimiento.
10. Mayor comunicación de los desafíos planteados y logros obtenidos en la mejora de la sostenibilidad

FUENTE: Segittur 2021.

Por tanto, el primer desafío que se plantea es la **recuperación de la actividad turística**, especialmente en el objetivo de corto plazo, a través de incentivos económicos (subvenciones directas o fiscales), y en la necesidad de recuperar la movilidad. Pero este objetivo se debe integrar en un segun-

do desafío más importante y es el de la lucha contra el cambio climático (aumento de temperatura, variabilidad y fenómenos meteorológicos adversos) con sus implicaciones en las actividades turísticas, además del desarrollo e implementación de las energías renovables en el turismo.

Para ello es preciso afrontar un tercer desafío vinculado a la necesidad de adoptar **reformas estructurales** con el objetivo de profesionalizar, cualificar y dignificar el turismo, a la vez que se actúa en la **digitalización** de las empresas y los servicios turísticos.

Estos grandes retos no son posibles de alcanzar sino hay un trabajo público-privado, donde se alcance una **gobernanza orientada a la sostenibilidad** con la integración y la participación social, siendo imprescindible fijarnos el objetivo de conseguir el bienestar de la comunidad local y del destino en su conjunto, con un turismo responsable.

Un quinto desafío se relaciona con la **descarbonización** de la economía y del turismo, ya que este último está estrechamente vinculado a la movilidad de las personas. Es crucial lograr una movilidad más sostenible en todos los medios de transporte, incluyendo el transporte aéreo, marítimo y terrestre (como el ferrocarril, el alquiler de coches, los autobuses y los vehículos privados).

Un reto importante, presente y futuro, es la planificación urbanística orientada a la sostenibilidad. El turismo y el desarrollo urbanístico están ligados con fuertes lazos y con ejemplos no muy agradables al prevalecer los intereses urbanísticos y especu-

lativos frente a un desarrollo planificado en función de la sostenibilidad. Los principios del desarrollo sostenible deben prevalecer en los planes urbanísticos y la ordenación territorial buscando un equilibrio.

Para lograr implementar muchas acciones vinculadas a estos objetivos es necesario que las empresas y los destinos turísticos sepan captar y gestionar las diferentes fuentes de financiación, no solo a nivel nacional, sino también de la UE.

Grandes retos que se integran con los propios desafíos sectoriales críticos para la sostenibilidad de la cadena de valor turística. Las empresas turísticas han de establecer sus estrategias sobre la base del diseño de políticas de economía circular como estrategia en el rediseño de actividades además de incorporar acciones vinculadas al consumo de productos de km 0 “de la granja a la mesa” donde prevalezca la salud y se desarrollen ecosistemas integrados en las economías locales.

Se plantean objetivos, estrategias y retos, los cuales han de poder ser medidos desde la perspectiva de su consecución. Por ello es preciso que se adopten sistemas armonizados que permitan medir la sostenibilidad de forma comparada. Los sistemas de estadística actuales deben orientarse no solo a cuantificar la actividad turística en términos de demanda y de oferta, sino también incorporar indicadores de sostenibilidad de la actividad turística.

Finalmente, un décimo objetivo se centraría en desarrollar estrategias de comunicación eficaces de la sostenibilidad. Se

deben evitar las prácticas de *greenwashing*, frente a aquellas acciones que realmente aportan beneficios al desarrollo sostenible. La creación de certificaciones fiables, reconocibles y de carácter internacional es necesaria de cara al posicionamiento de las empresas y los destinos, siendo herramientas de diferenciación esenciales en el futuro del turismo.

5. CONCLUSIONES

El turismo tiene un importante impacto positivo en las economías locales, pero también puede generar externalidades negativas, tanto en el plano territorial, como social.

En un nuevo escenario, donde la UE y, por ende, los países miembros asumen el reto de la Agenda 2030 de la ONU y, por tanto, los principios rectores de las nuevas políticas de la Unión se basan en la sostenibilidad y el desarrollo sostenible como eje. El turismo no es ajeno a esto y, aunque la sostenibilidad es un concepto muy utilizado en el turismo desde hace tiempo, ahora mismo todas las estrategias empresariales y de los destinos turísticos se enfrentan al reto de implementar las medidas necesarias para alcanzar los objetivos propuestos. Es un cambio de paradigma que supone grandes desafíos, especialmente en un momento en el que algunos sectores aún no se han recuperado como consecuencia derivada de la pandemia de la COVID-19. De hecho, las cifras internacionales de turismo muestran que todavía no se han alcanzado los niveles pre-pandemia.

Esto no significa que necesariamente debamos fijarnos como objetivo ahora alcanzarlo. Al contrario, alcanzarlos, pero de una forma más equilibrada y justa, desde la dimensión económica, pero también medioambiental y social (bienestar común en cuanto a condiciones laborales, accesibilidad, vivienda...).

Este documento refleja los grandes retos a los que se enfrenta el turismo a nivel global, y es consciente de la dificultad que muchos de ellos conllevan en términos de inversiones, necesidades de formación, reorientación hacia la economía circular... Y para ello la gobernanza y la colaboración público-privada se hace más imprescindible, también para accionar las palancas para que finalmente podamos avanzar en un desarrollo turístico sostenible.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review, *Tourism Geographies*, (1)1, 7-25, <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Cocola-Gant, A. (2018). Tourism gentrification. En L. Lee and M. Phillips, (Ed.) *Handbook of Gentrification Studies*. Elgar online (pp: 281-293)
- Consejo de la Unión Europea (2022). *Conclusiones del Consejo sobre la Agenda Europea para el Turismo 2030* (N.º doc. prec.: 14683/22 + COR1), adoptadas el 1 de diciembre de 2022. Unión Europea, <https://bit.ly/3xqxJc4>
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (ONU). (2008). *Cuenta satélite de turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. (Serie F No. 80/Rev.1). Naciones Unidas, https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf
- Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. (ONU). (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. (Serie M No. 83/Rev.1) (IRTS 2008). Naciones Unidas, http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1s.pdf
- García Herrera, L. M., Smith, N. y Mejías Vera, M.A. (2013). Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz De Tenerife. *Urban Geography*, 28(3) 276-298. <https://doi.org/10.2747/0272-3638.28.3.276>
- Gobierno de España (2018). *Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030: hacia una Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*. Dirección General de Políticas de Desarrollo Sostenible. <https://bit.ly/3xTiY1x>
- González, A. T. (2018). Venice: The problem of overtourism and the impact of cruises. *Investigaciones Regionales= Journal of Regional Research*, (42), 35-51. <https://bit.ly/3YWo2OE>
- Gravari-Barbas, M. y Guinand, S. (Eds.). (2017). *Tourism and gentrification in contemporary metropolises: International perspectives*. Taylor & Francis.
- Jiménez Herrero, L.M. (1997). *Desarrollo sostenible y economía ecológica: integración medio ambiente-desarrollo y economía-ecología*. Síntesis.
- Katz, T. (2015). Anecdotal History: the New Yorker, Joseph Mitchell, and Literary Journalism, *American Literary History*, 27,(3), 461-486, <https://doi.org/10.1093/alh/ajv031>
- Lane, B. (1991). Sustainable Tourism: A new concept for the interpreter. *Interpretation Journal*, 49, 2-4.
- Nelson, J. G (1993). An introduction to tourism and sustainable development with special reference to monitoring. En J. Nelson, R. Butler and G. Wall. *Tourism and sustainable development: Monitoring, Planning, Managing Decision Making*, University of Waterloo.

- OMT (1993). *Guía para Planificadores Locales: desarrollo Turístico Sostenible*.
- OMT. (2019). Barómetro OMT, *World Tourism Barometer*, 17(3), Sep 2019
- OMT. (2023) *World Tourism Barometer*, 21(1), <https://bit.ly/3IRFpdU> (Consultado 01 02 2023)
- Pearce, D. W. y Atkiynson, G. D. (1993). Capital theory and the measurement of sustainable development: an indicator of weak sustainability, *Ecological Economics*, (8) 2,103-108. [https://doi.org/10.1016/0921-8009\(93\)90039-9](https://doi.org/10.1016/0921-8009(93)90039-9)
- Pigram, J. J. (1990). Sustainable Tourism: Policy considerations. *Journal of Tourism Studies*, (1)2, 2-9.
- Sabaté-Gauxachs, A., Micó-Sanz, J. L., Díez-Bosch, M. (2019). Is the new “new” digital journalism a type of activism? An analysis of “Jot Down”, “Gatopardo” and “The New Yorker””. *Communication and Society*. (32)4, 173 – 191 <https://doi.org/10.15581/003.32.36768>
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, (33)4, 1121–1140. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.06.007>
- Saarinen, J. (2013). Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. *Sustainability*, (6)1, 1–17. <http://dx.doi.org/10.3390/su6010001>
- SEGITTUR (2021). *Competitividad, sostenibilidad, digitalización y resiliencia Turística en España*. Informe 2021. Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR, <https://bit.ly/3ZipzOV>
- Suárez, E., Gonzalez-Torre, P. y Del Valle, E. (2021). *La Agenda 2030 en Asturias: Buenas prácticas empresariales y organizativas*. Universidad de Oviedo. <https://ria.asturias.es/RIA/handle/123456789/14126>
- Valdés Peláez, L. (2004). El turismo rural: una alternativa diversificadora. Líneas estratégicas de su Expansión. *Papeles de Economía Española*, 102, 298–315

NOTAS

(1) Pacto Verde Europeo Más información en: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_es

Comisión de las Comunidades Europeas (2019). El Pacto Verde Europeo. COM (2019) 640 Final de 11.12.2019. Bruselas.

(2) Directiva (UE) 2018/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2018 relativa al fomento del uso de energía procedente de fuentes renovables, señala en su artículo 3 el “Objetivo global vinculante de la Unión para 2030”.

(3) Comisión Europea (2020) Estrategia «de la granja a la mesa» para un sistema alimentario justo, saludable y respetuoso con el medio ambiente COM(2020)381 final 20.05.2020 Bruselas

(4) Más información en https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en

Comisión Europea (2021) Nuevo Plan de acción para la economía circular por una Europa más limpia y más competitiva COM(2020) 98 final 11.03.2020. Bruselas <https://bit.ly/3Y8YGM9>

(5) Comisión europea (2020) Estrategia de la UE sobre la biodiversidad de aquí a 2030. Reintegrar la naturaleza en nuestras vidas COM (2020) 380 final. 20.5.2020 Bruselas

(6) Comisión Europea (2021). Comunicación sobre un nuevo enfoque de la economía azul sostenible de la UE Transformar la economía azul de la UE para un futuro sostenible. COM (2021) 240 final 17.05.2021 Bruselas

(7) Más información en https://ec.europa.eu/info/strategy/recovery-plan-europe_es

(8) En el capítulo de sostenibilidad, coordinado por el profesor Dr. Enrique Navarro Jurado (Coordinador). Universidad de Málaga, y en el que participaron dentro del grupo de trabajo: Dr. Sergio Moreno Gil. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; Dr. Eduardo A. del Valle Tuero. Universidad de Oviedo;

Dr. F. Javier Melgosa Arcos. Universidad de Salamanca, miembros de AECIT para el documento SE-

GITTUR (2021) *Competitividad, Sostenibilidad, Digitalización y Resiliencia en España. Informe 2021.*