

**ESTRATEGIA
ARAGÓN TURISMO
SOSTENIBLE**

2030

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMPETITIVIDAD
Y DESARROLLO EMPRESARIAL







“La sostenibilidad turística es un concepto referido a la consideración de las repercusiones actuales y futuras de la actividad turística, en los aspectos económicos, socio-culturales y medioambientales de un lugar. A la hora de diseñar un plan de desarrollo turístico se debe apostar por la sostenibilidad como único modelo. De esta forma, se consigue satisfacer las necesidades actuales de los turistas y de las regiones de acogida, de los visitantes y del destino, sin comprometer a las generaciones futuras. Se protege y garantiza así la conservación de los recursos para su uso y disfrute a largo plazo y, en especial, para todas esas generaciones que todavía no han nacido.”

ÍNDICE

- 4 **SOBRE LA LLEGADA DEL TURISMO SOSTENIBLE**
- 8 **INICIATIVA**
- 12 **HACIA UN MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE, TRANSFORMACIÓN**
- 24 **IMPORTANCIA DE LA MEDICIÓN DE IMPACTO**



LA LLEGADA DEL TURISMO SOSTENIBLE

La sostenibilidad turística es un concepto referido a la consideración de las repercusiones actuales y futuras de la actividad turística, en los aspectos económicos, socio-culturales y medioambientales de un lugar. A la hora de diseñar un plan de desarrollo turístico se debe apostar por la sostenibilidad como único modelo. De esta forma, se consigue satisfacer las necesidades actuales de los turistas y de las regiones de acogida, de los visitantes y del destino, sin comprometer a las generaciones futuras. Se protege y garantiza así la conservación de los recursos para su uso y disfrute a largo plazo y, en especial, para todas esas generaciones que todavía no han nacido.



LA LLEGADA DEL TURISMO SOSTENIBLE

El turismo es una industria cuyo disfrute forma parte del estilo de vida de la ciudadanía contemporánea. Esta actividad incorpora con fuerza las actuales tendencias respetuosas con el medio ambiente, que están reconfigurando el escenario internacional. Aragón como destino turístico no ha de permanecer ajeno, debe actuar hoy para contribuir a la adaptación de su sistema turístico a parámetros diferentes, a parámetros diferenciadores por su sostenibilidad. No solo los mercados en un futuro cercano, serán más diversos en edad, en procedencia y en preferencias, sino que las reglas del juego habrán evolucionado, y más que nunca, serán necesarias nuevas maneras de actuar. Estas maneras habrán de ser más ágiles y transparentes, y será necesario también incentivar la colaboración entre el sector privado, el sector público y la sociedad.

La preocupación por todo lo relativo a la ecología, en términos de salud y de desarrollo sostenible, forma también parte de la presión que existe sobre el uso de los recursos naturales, debido al aumento de la población y al cambio climático. Estos recursos se valoran en función de su trazabilidad. La gestión de los recursos naturales como la energía, el agua, etc. tendrá un efecto sobre el entorno, incluso alterando el clima. Todo ello puede tener consecuencias para los destinos turísticos, modificando algunas de las características que los hacen atractivos o incrementando la atracción por otros. Estas y otras circunstancias hacen posibles diferentes transformaciones, sin embargo, la coherencia individual busca el equilibrio entre sus valores de vida y el uso que hace de los recursos.

Cuando se opta por un modelo de desarrollo turístico y se hace con parámetros ligados a lo sostenible el resultado es:

El turismo con enfoque sostenible tiene un mínimo impacto ambiental, ya que se da un **uso óptimo a los recursos medioambientales**, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Respetar **la autenticidad sociocultural** de las comunidades locales conservando sus activos culturales y arquitectónicos, así como sus valores tradicionales, y contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural.

Integra a las comunidades locales en las actividades turísticas.

Genera empleo local, tanto directa como indirectamente. En concreto, por cada empleo directo generado se producen tres indirectos.

Estimula el desarrollo de empresas turísticas (agencias de viajes, transportes, alojamiento, alimentación, recreativas y complementarias), así como también de empresas dedicadas a actividades suplidoras (ganadería, agricultura, comunicaciones...).

Genera divisas para el Estado y **suministra capitales** a la economía local.



Contribuye a la distribución del beneficio económico entre todos los agentes locales, que se destina a la conservación o al desarrollo del lugar, contribuyendo así a la **reducción de la pobreza**.

Promueve la planificación regional, beneficiando un **desarrollo** armónico e integral **de todos los sectores de la economía**.

Sensibiliza y contribuye a la toma de conciencia sobre los problemas políticos, sociales y ambientales locales, favoreciendo el **consumo responsable y el respeto al medioambiente**.

Es una **experiencia significativa que enriquece y fomenta unas prácticas turísticas sostenibles** en su propio entorno para los visitantes.

Fomenta la **mejora de las infraestructuras** de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos...), así como la **restauración, conservación y uso** de los yacimientos arqueológicos, monumentos arquitectónicos y cualquier obra física de interés colectivo y nacional.

Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía...).

Contribuye a un **desarrollo equilibrado con el medio ambiente**, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental.

Preserva y genera **beneficios económicos de los recursos de flora y fauna**, en beneficio de las comunidades locales.

Trabaja analizando los indicadores, hace posible el diagnóstico, la evaluación y la gestión de los **impactos que genera**, desarrollando modelos de perpetuidad de su propio desarrollo.

Reactiva las zonas rurales: relanza directa e indirectamente la economía local y aporta vida a estas zonas, cuyos habitantes se benefician de una mayor oferta de actividades y de visitantes más responsables y respetuosos con su cultura y entorno.

Crea empleo de calidad y mejorar las condiciones de vida de la población local, tanto económica como socio-culturalmente.

El turismo sostenible potencia el consumo de productos autóctonos y naturales de las zonas en las que se realiza.



SITUACIÓN ACTUAL:

- Un incremento en la concienciación sobre los temas ambientales.
- El mercado turístico comienza a darse cuenta del impacto que se ocasiona con las actividades turísticas.
- Los visitantes exigen mayores estándares de calidad de los productos y servicios que reciben, lo que ocasiona una mayor competitividad entre los ofertantes para cumplir con estos estándares.
- Los grupos ambientalistas ejercen presión sobre la opinión pública en relación a los efectos de las actividades turísticas sobre el medio ambiente.



INICIATIVA

El turismo como sector estratégico para la comunidad ocupa un lugar preeminente en la agenda política del Gobierno de Aragón.



La Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón elabora una Estrategia de Turismo Sostenible en un plan con horizonte 2030.

Se trata de definir una **estrategia compartida y participada** que permita afrontar el compromiso del sector en materias de sostenibilidad.

Este plan tiene un doble objetivo y, como consecuencia, también un doble horizonte.

Por un lado, afrontar los retos del sector turístico en el medio y largo plazo, impulsando los pilares de la sostenibilidad: socioeconómico y medioambiental en coexistencia con los ODS, pero dando especial relevancia a los asuntos e impactos territoriales; y por otro lado, tomar consciencia de la gran oportunidad que supone para nuestra comunidad situarnos como referentes del Turismo Sostenible, una oportunidad en la que hemos de centrar esfuerzos, ya que el turismo respetuoso con el medio ambiente se manifiesta en Aragón como una ocasión estratégica de primera magnitud, tanto para el ámbito local como para el urbano. Esta coyuntura para el desarrollo sostenible del turismo en Aragón la hemos de abordar de manera estratégica.

Contamos con un territorio en el que los recursos endógenos y exógenos se encuentran correctamente integrados. Aprovechar esta alineación supone aprovecharse de los beneficios sociales, económicos, ambientales y culturales con los que contamos y **unirlo a la creciente demanda de destinos en los que la sostenibilidad forma parte del deseo de los viajeros.**

El respeto al medioambiente y la cultura local, unidos al consenso y al concierto social, pueden dar lugar a que el desarrollo sostenible sea factible a medio y largo plazo, y que este sea el valor de nuestra propuesta también en el mercado.

La Dirección General de Turismo ha elaborado un plan en el que situar a Aragón a la cabeza de la oferta de Turismo Sostenible y liderar la transformación del sector hacia una oferta de turismo responsable serán los dos ejes principales.

El turismo responsable es la evolución práctica del turismo sostenible e implica una mayor proactividad por parte del turista, pero este necesita del resto de los implicados en esta operación. Desde esta perspectiva es desde donde abordamos una estrategia que compatibilice los intereses de los viajeros con la oferta que desde Aragón planteamos.

Nos encontramos ante una oportunidad estratégica de primera magnitud, en particular para el ámbito local. Se trata de posicionar esta actividad, que ha confirmado su carácter transversal en el espectro económico, situándola al frente de una oferta que contribuirá al desarrollo local basado en el turismo, y que posibilitará la recuperación y expansión económica, a la vez que se postulará como **un importante actor de lucha contra la despoblación**, a través de la competitividad y la excelencia.

Históricamente, el turismo en Aragón ha mostrado su gran flexibilidad, adaptación y versatilidad, ha ocupado desde siempre posiciones relevantes en la economía local y, ha sa-



bido satisfacer y adaptarse a las demandas del constante flujo que lo hace posible: el movimiento de las personas.

Año tras año, las cifras de turismo en Aragón aumentan siendo, en la actualidad, en torno a 4 millones las personas que nos visitan cada año. Desde 2012 la cifra no ha dejado de crecer, pero aun así Aragón ocupa el noveno puesto en términos absolutos de Turismo. Esta cifra, aunque muy positiva, nos plantea un gran reto, seguir creciendo. Ahora bien, podemos decidir cómo hacerlo, ya que **no solamente queremos tener “más visitantes”**, sino que nuestro objetivo ha de ser **tener a los “mejores visitantes”**. Por ello, planteamos una iniciativa en la que se unen experiencia, voluntades y acción. Un plan que será la hoja de ruta hacia ese mercado que busca no solamente la excelencia en la oferta, sino también la excelencia en quienes la demandan.

Y ahora es el momento. Los destinos que deseen ser competitivos en el contexto turístico nacional e internacional necesitan estar alineados con estas estrategias de sostenibilidad.

El turismo responsable es un componente esencial en las políticas de innovación de los destinos.

Hemos de tener en cuenta que el turismo responsable implica que operadores, hoteleros, administración, población local y turistas asuman responsabilidades y tomen medidas para que la actividad turística sea más sostenible. Implica la participación proactiva del personal y de los turistas hacia la consecución de la excelencia en sostenibilidad.

Para ello, estableceremos medidas prácticas de turismo responsable en las empresas, proporcionando al sector un acompañamiento en la mejora de su oferta, a través de formación e información, combinando esta transformación del sector con una propuesta de códigos de turismo responsable para los visitantes, construyendo una oferta que garantice la perpetuidad del ecosistema, que es donde se desarrolla este negocio. Esta oferta estará dirigida a esos cada vez más numerosos turistas/viajeros comprometidos, por lo que trabajar en alianza con el resto de instituciones (educación, cultura....) se hace imprescindible.

El plan Turismo Sostenible 2030 consta de dos grandes líneas estratégicas, basadas en la **transformación y la medición del impacto**. Se garantiza así que se trabaja en la búsqueda de las oportunidades, analizando con objetividad la realidad, y poniendo en marcha una estrategia que permita adoptar modelos de desarrollo turístico en armonía con el desarrollo socioeconómico y la cultura local, promoviendo además el uso sostenible de los recursos.

El presente Plan de Acción para una estrategia de Turismo Sostenible en Aragón pretende asumir acciones tempranas y a medio plazo en materia de información y capacitación. El fin de estas acciones es conseguir el posicionamiento necesario que viene determinado por el cumplimiento de determinados estándares alineados con la Responsabilidad Social (GRI) y el llegar a las metas de la Agenda 2030.


Este plan tiene como misión **situar a Aragón a la cabeza de la oferta de Turismo Soste-**



nible y liderar la transformación del sector hacia una oferta de turismo responsable, los dos ejes principales de esta iniciativa.

Esta estrategia nace de una reflexión sobre la necesidad de **mejora de la competitividad de nuestro turismo**, una actividad que ha de posicionarse como sector clave de la economía, siendo precisa la **colaboración de todos los actores de los ámbitos públicos y privados** para su impulso. Se trata de un plan de coordinación, gestión, promoción, ordenación, innovación e internacionalización de un sector que ha de virar hacia la sostenibilidad para garantizar no solo su viabilidad, sino también su visibilidad y aceptación en unos mercados cada vez más comprometidos con el cuidado del planeta y sus recursos.

Liderada por la Dirección General de Turismo y contando con la colaboración del recién creado **Clúster de Turismo Sostenible de Aragón, la Estrategia de Turismo Sostenible de Aragón** es el marco de trabajo en materia turística para el período 2020/2030, teniendo en cuenta las necesidades de todos los agentes de distintos ámbitos de la cadena de valor del sector turístico aragonés.



LÍNEAS DE ACTUACIÓN

El plan Turismo Sostenible 2030 consta de dos grandes líneas estratégicas, basadas en la transformación y la medición del impacto. Se garantiza así que se trabaja en la búsqueda de las oportunidades, analizando con objetividad la realidad, poniendo en marcha una estrategia que permita adoptar modelos de desarrollo turístico que estén en armonía con el desarrollo socioeconómico y la cultura local, y promoviendo además el uso sostenible de los recursos.



El turismo tiene un gran impacto en la forma de vida de la población local. Analizar su contribución e impacto en el ámbito de la vida cotidiana de las personas es uno de los objetos de este plan. Centrar parte de los esfuerzos en el rol de las mujeres en este sector es una de las principales líneas de actuación del mismo.

POR TANTO, LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE ACTUACIÓN IRÁN ENCAMINADAS A:

1. EL PAPEL Y LA PRESENCIA DE LAS MUJERES

Son fundamentales en el mantenimiento de los negocios del sector turístico, siendo ellas los principales agentes de lucha contra la despoblación. Garantizar su empleabilidad supone una garantía para asentar la población. Por ese motivo, trabajaremos con una política de impulso y capacitación dirigida a las mujeres. Pondremos en marcha una iniciativa de diálogo en la que valoraremos sus necesidades y les ofreceremos herramientas de capacitación y mejora competitiva a través de formación específica.

Del mismo modo, en un ámbito más urbano (por lo general en negocios más grandes) debemos tomar en cuenta el papel de la mujer y su presencia determinante, a pesar de que **a nivel mundial, solo el 25% de las mujeres ocupan una posición de liderazgo en el sector turístico.**

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su informe anual “Perspectivas internacionales sobre las mujeres empleadas en la hostelería, la restauración y el turismo” muestra cómo en términos generales **son los hombres quienes ocupan cargos gerenciales y puestos de mayor responsabilidad, pese a que las mujeres representan entre el 60 y el 70% de los trabajadores en la industria.**

Un informe elaborado por Turijobs con el fin de evaluar la discriminación laboral por razón de género en el sector concluye que **el sector más afectado por discriminación laboral es Cocina**, con un 84%, seguido por *Marketing* y RRPP (76%) y Agencias de viajes (74%). No obstante, **las mujeres van adquiriendo mayor representatividad** escalando puestos directivos en el campo hotelero, agencias e intermediación turística.

Es innegable, por tanto, que **el turismo es uno de los sectores de actividad con mayor participación femenina** y es determinante su presencia y participación en el turismo rural y, por ende, su actuación es una importante clave de fijación de territorio y lucha contra la despoblación.

El reconocimiento a su contribución y la apuesta por la formación y capacitación enfocada al turismo son objetivos principales de esta línea de actuación.

POR TANTO, LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE ACCIÓN IRÁN ENCAMINADAS A:

- **Incrementar la visibilidad** sobre la importancia del papel de la mujer en la industria turística, contribuyendo al reconocimiento de la importancia de su presencia en el desarrollo de logros del sector.



- **Apoyar el liderazgo** de las mujeres en turismo en todos los niveles: sector público, sector privado y gestión comunitaria.
- **Crear conciencia** sobre la necesidad de adopción de medidas que faciliten la incorporación de las mujeres a este mercado laboral, acompañadas de la promoción de políticas de igualdad que promuevan el reparto de responsabilidades en la vida cotidiana y que garanticen una mejora en la calidad de vida. Se trabajará en la adopción y promoción de planes de igualdad en el sector.
- **Analizar** las necesidades a las que se enfrentan las mujeres que trabajan en los destinos turísticos con el fin de contribuir a su mejora.

Para conseguir mejores competencias en todos los sectores económicos y específicamente en el turístico, debemos atraer y retener el talento femenino.

PLAN DE ACTUACIÓN

1. Propuesta formativa.

Formación hacia un modelo de Turismo Sostenible
Sobreimpulso a las *Start-Ups* y Emprendimiento turístico

2. Jornadas de *mentoring*.

Apoyo a eventos turísticos que incluyan parámetros alineados con la sostenibilidad en su actuación.

Apoyo al desarrollo de nuevos modelos relacionados con el negocio.

Apoyo a la información y formación normativa que garantice el empleo estable y de calidad.

3. La estacionalidad y otras soluciones, tecnología / redes / desarrollo de micro-productos y segmentos turísticos emergentes.

4. Creación de rutas e itinerarios gastronómicos con puesta en valor de producción KM.0.

El reconocimiento público a través de la visibilización del trabajo que realizan las mujeres en el sector será también un objetivo a corto plazo a través de la creación de un reconocimiento oficial en forma de premio.



2. LA CAPACITACIÓN Y LA FORMACIÓN COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE POBLACIÓN Y LA CONTRIBUCIÓN AL RETO DE LA REPUTACIÓN DEL SECTOR.

La carencia actual de recursos humanos cualificados y motivados por su profesión es una realidad y una demanda generalizada. Esta realidad es común a todo el sector turístico español, pero es especialmente preocupante en el ámbito rural.

En general, el sector adolece de la falta de disponibilidad de profesionales. No ha conseguido retener a las personas que, incluso en sus niveles familiares o relacionales, comparten desde pequeños negocios familiares, negocios que en la actualidad no cuentan con las personas necesarias que asuman la gestión de manera constante. Incluso grandes y reputadas empresas con una probada proyección internacional sufren también esta falta de mano de obra cualificada.

La llegada de mano de obra inmigrante, más motivada, pero poco cualificada, no termina de solventar este problema, ya que la falta de competencias deja al sector en una situación de total vulnerabilidad, especialmente en los referidos ámbitos rurales. Sobre todo porque son todavía escasas las experiencias donde la contratación de este personal inmigrante ha conllevado programas para formarlo e integrarlo en un nuevo escenario sociocultural, re-orientando de esta manera una baja apreciación del servicio recibido y frenando que se revalorice la imagen social del turismo.

El capital humano es el activo intangible clave para la creación de valor, para diferenciar el producto turístico.

Este replanteamiento estratégico exige superar algunos mitos arraigados en un sector que hasta hace poco minimizaba el valor de la formación académica y otorgaba mucho mayor peso a la experiencia práctica.

Es necesario que el sector turístico en general y sus diversas empresas en particular, trabajen en pro de la reputación del sector.

Se deberían revisar los programas de formación turística profesional para hacerlos más novedosos y adaptados a las necesidades actuales de un sector que precisa del mayor dominio de idiomas y nuevas tecnologías. Los estándares de calidad habrán de ser más rigurosos en esa oferta formativa, ya que en el ámbito del Turismo Sostenible también se demanda adaptación a estos estándares que lo definen y, a la vez, conllevan grandes oportunidades.

También es necesario que las empresas creen o acuerden con terceros programas de formación. Es clave para atraer y retener al personal, en la medida en que la competencia por el escaso talento se hace cada día más compleja. En suma, es fundamental que tanto los líderes públicos como los empresariales participen en estos retos y oportunidades turísticas que se avecinan y asuman con mayor prioridad la gestión estratégica de unos recursos humanos como parte de la solución a la sostenibilidad y desarrollo del sector.



POR TANTO, LOS DOS GRANDES RETOS QUE NOS PLANTEAMOS SON:

I. La retención del talento como clave en la lucha contra la despoblación.

II. Empleo de calidad con base en la formación de calidad.

Especialmente en el ámbito rural es importante la **capacidad de retención del talento**, un talento que ha de ser identificado ya en tempranas edades, a través de las escuelas. Para ello, necesitamos promover una herramienta que permita a maestros y educadores identificar esas habilidades asociadas con el sector, que les facilite una manera de ligar intereses y necesidades, a la vez que orientamos a los futuros trabajadores del sector en un ámbito de competencia guiada.

El objetivo está basado en la teoría de las Inteligencias Múltiples (IM) y la utilidad de esta para diseñar perfiles referidos a los talentos específicos. La Teoría de las Inteligencias Múltiples fue desarrollada por Howard Gardner el año 1983 y se basa en la idea de que no existe una única inteligencia, sino que esta tiene múltiples facetas que deben ser cultivadas en las aulas. Para dar respuesta a esta diversidad intelectual apuesta por una escuela centrada en el individuo –que tenga en cuenta las características individuales de los alumnos y que se preocupe de que todos aprendan de manera significativa– ofreciéndonos un modelo abierto y flexible que permita su adaptación a cualquier realidad educativa; de hecho, se aplica en numerosos centros educativos de todo el mundo, consiguiendo resultados muy positivos.

El trabajo en alianza con el Departamento de Educación es una de las claves de esta propuesta. También el Instituto Aragonés de Empleo será un actor determinante en esta iniciativa pionera. **Un empleo de calidad con base en la formación de calidad, donde el talento y la vocación han de ir unidos**, es nuestro objetivo.



PLAN DE ACTUACIÓN

- 1. Acuerdo con Educación para promover en los colegios**, especialmente en el ámbito rural, actividades relacionadas con el turismo (gastronomía, rehabilitación, destinos, *marketing*...).
- 2. Promover la identificación y acompañamiento de los talentos** y vocaciones emergentes, fundamentado en la puesta en valor de las oportunidades de la actividad turística.
- 3. Promoción de proyectos asociados al turismo** y que estén vinculados al emprendimiento social, participación de escuelas públicas y concertadas, en contextos muy diferentes entre sí, y que sean capaces de contribuir al liderazgo de una transformación educativa a través de la identificación y acompañamiento de las potencialidades en el ámbito de este plan, demostrando que se puede educar para el cambio.
- 4. Crear un proyecto asociado a la educación** basado en el modelo de identificación de potencialidades, un “Club de Escuelas Vocacionales”
- 5. En el ámbito de la inmigración**, se hace necesario trabajar en colaboración con entidades sociales en la misma línea de identificación de perfiles potenciales a través de una metodología concreta que permita adaptar las características de las personas que buscan trabajo a la oportunidad de las ofertas del mercado. Todo ello desarrollado en un riguroso proceso en el que la capacitación y la vocación vayan unidos. La inmigración puede convertirse en un potencial aliado contra la despoblación en el ámbito del sector turístico, siempre y cuando la identificación y desarrollo de las potencialidades sean correctos.



3. TRANSFORMACIÓN COMPETITIVA.

Elaboraremos un **plan estratégico** con horizonte 2030 en el que el planteamiento de retos y oportunidades sea consensuado a través de todos los actores del sector: un plan entre todos y para todos. El turismo ha de ser el vector de transformación y el instrumento de equilibrio territorial para afrontar el reto demográfico.

- A. Una distribución más equilibrada del turismo.** No olvidemos que la estacionalización es otro de los grandes retos. Para alargar las temporadas turísticas, aprovecharemos la diversidad de nuestra comunidad, apostando por productos y experiencias que contribuyan a diversificar la propuesta lanzada al mercado, y consolidando el turismo de interior, pero siempre con el valor añadido de sostenible/ responsable como alternativa económica, especialmente en territorios/ zonas en riesgo de despoblación.

- B. Una apuesta por la excelencia en sostenibilidad** representa el motor y la oportunidad para aquellos que formen parte de este ambicioso proyecto. Empresas/ Administraciones etc. se han de posicionar apoyando este enfoque. Un modelo formativo inspirado en las oportunidades de negocio que surgen a partir de un modelo de excelencia turística será el germen para el éxito de este plan.

PLAN DE ACTUACIÓN.

- 1. Promovemos un reparto justo y equilibrado de las personas que visiten los destinos. Es indispensable esta actuación para una mejor distribución a lo largo del año. Así pues, proponemos otros destinos como prioritarios** para ayudar a generar una oferta más especializada según el tipo de experiencia, y mejor distribuida a lo largo del año según los diferentes ámbitos: Salud y Bienestar, Lujo, Gastronomía, Deporte, Turismo Activo, Ecoturismo y Cultura etc.

- 2. Compensación del CO2 generado por las actividades turísticas,** promoviendo un proceso para la identificación y compensación de la huella de carbono, un proceso que comprometa de manera escalonada en función de la actividad y volumen, pero que permita elaborar un futuro mapa de Turismo Sostenible de Aragón con un alto grado en la lucha contra el cambio climático.

- 3. Compromisos con la eficiencia energética.**

- 4. Arquitectura bioclimática,** poner en valor los ya numerosos proyectos turísticos que existen en nuestra comunidad y que han apostado por un modelo de arquitectura bioclimática y promover acuerdos con los distintos colegios profesionales (arquitectos, aparejadores, ingenieros...



5. Promover la utilización de **transporte público y movilidad sostenible** a través del sector.
6. Promover una **campana sobre reducción de envases y embalajes**, contribuyendo así al mensaje sobre la capacidad en este caso del sector en su la contribución a la sostenibilidad.
7. Promover el **consumo de productos agroalimentarios locales**, a través de concursos, guías gastronómicas etc. como promoción de una gastronomía sostenible y responsable.
8. Diseñamos un **modelo de apoyo formativo y de acompañamiento** que permita orientar la oferta turística de esta comunidad a las necesidades de mercado y oportunidades que surgen en el contexto del mercado turístico internacional.
9. La **promoción de actividades económicas y recomendaciones en el ámbito KM.0**, en colaboración con el Cluster de Alimentación y otras asociaciones vinculadas al sector, posibilitará la distribución de iniciativas y recursos en todo el perímetro territorial, más allá de la localización específica del proyecto turístico. Proponemos iniciar una campaña promocionando el valor de los productos de proximidad, animando a productores y consumidores que opten por este tipo de propuesta.
10. Elaboraremos un **"censo" de productos / servicios** y sus coordenadas.
11. **Proponemos una jornada (feria)** en la que productores (productos y servicios) y sector turístico intercambien propuestas y necesidades.
12. **Turismo justo.**
13. **Hotelería ecológica.**
14. **Ecoturismo comunitario y turismo rural comunitario.**



4. PROPUESTA DE PRODUCTO, MARKETING E INTELIGENCIA TURÍSTICA.

Posicionar a Aragón como comunidad líder en el compromiso del turismo sostenible en el ámbito nacional, apoyando su puesta en valor y contribuir de forma directa a que la sostenibilidad sea un nicho de mercado capaz de atraer a más y mejores turistas, siendo identificado Aragón como un destino turístico responsable en el mercado nacional e internacional es nuestra propuesta.

Las labores de **información turística**, tanto a nivel nacional como internacional, directamente o a través de convenios y conciertos con instituciones públicas y privadas para la creación, coordinación y desarrollo de estas acciones de información y promoción turística interior y exterior, contribuirán a posicionar a esta comunidad como foco de destino de turismo sostenible. Con este fin, es necesario implementar la formación y la información a nivel interno y a nivel externo sobre esta estrategia de destino. **La formación de formadores o formadores** vinculados a la puesta en valor del turismo sostenible, tanto desde el punto de vista teórico como práctico, así como la **formación continua de los trabajadores del sector turístico**, sin perjuicio de las competencias que les puedan corresponder a otros organismos, pero en colaboración con ellos, se convierte en un valor necesario.

Trabajar en **actividades de promoción turística interior y exterior** en el ámbito de la colaboración público-privada posibilitará el dialogo, mejorará la relación y clarificará los objetivos comunes del sector.

Es importante repensar el producto con el que Aragón se da a conocer en el ámbito nacional e internacional, premiando aquellas iniciativas con las que compartamos valores.

Pondremos en marcha la creación de un distintivo/premio que reconozca la contribución del sector a estos valores, un reconocimiento basado en el cumplimiento de exigentes y reconocidos estándares internacionales, que garanticen a través de su cumplimiento, la alineación y la gestión excelente del modelo en el que trabajamos. Prestigio y reconocimiento avalarán esta propuesta. Es necesario trabajar en el **aprovechamiento y potenciación de los recursos turísticos de Aragón** a través de la promoción, publicidad, relaciones públicas y otras acciones de notoriedad, tanto en la Comunidad como en el resto de España y en el exterior, todo ello sin perjuicio de las competencias de la Administración central del Estado.



PLAN DE ACTUACIÓN

1. Elaborar un calendario de **promoción exterior**.
2. Incorporar mensajes de la **estrategia en la web y en las Redes Sociales**.
3. **Revisar la estrategia de Marketing promocional** para que incorpore de manera transversal los mensajes clave.
4. **Incorporar iconos poniendo en valor su contribución** en el ámbito de la oferta del Turismo Sostenible.



5. LIDERAZGO

Elaborar una estrategia de liderazgo, basado en alianzas con el resto de agentes promotores de Turismo Sostenible en Aragón y en alianza con el resto de propuestas/productos nacionales e internacionales con el fin de fortalecer la influencia de Aragón en el ámbito internacional. El objetivo es potenciar la presencia institucional en organismos internacionales como la, TurEspaña, la UE, la OMT, la UNESCO... a través de la presencia y participación en grupos de trabajo y acciones de *lobby* pero siempre desde una posición "ganada" de turismo responsable.

Trabajar en alianza con el Cluster de Turismo Sostenible de Aragón permitirá trazar estrategias en las que la Administración y el sector privado promuevan los intereses comunes.

PLAN DE ACTUACIÓN

1. Crear un **plan de posicionamiento**.
2. Elaborar un **plan de participación** en organizaciones nacionales e internacionales para formar parte de sus grupos de discusión.
3. Crear una **red de alianzas y agentes exteriores** que promuevan a Aragón como destino de Turismo Sostenible.
4. Crear un plan de **actuación por comarcas**, identificando destinos y productos capaces de alinearse con la estrategia de Turismo Sostenible, que refuercen la marca y contribuyan a su posicionamiento en el Mercado. De este modo, promover un evento de referencia ligado a la propuesta de valor.





IMPORTANCIA DE LA MEDICIÓN DE IMPACTO

El Plan de Turismo Sostenible de Aragón cuenta, dentro de su propósito, con establecer criterios que permitan evaluar los esfuerzos que el sector turístico de nuestra comunidad está haciendo por incorporar estos a la agenda 2030 de Naciones Unidas y a su propia actividad, y con el compromiso inexcusable de medir su impacto.



EL COMPROMISO DEL SECTOR TURÍSTICO Y LA AGENDA 2030: ODS

Se cumplen cinco años desde la aprobación de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, siendo este un momento clave para el planeta como ecosistema global, tanto por la biodiversidad que acoge, como para las personas que lo habitamos. Los desafíos sociales y ambientales son tan enormes y tan complejos que necesitan una acción urgente y coordinada. Las decisiones y actuaciones ante esos retos van a condicionar la supervivencia de nuestra especie. La Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Estrategia Aragonesa de Desarrollo Sostenible, la Estrategia Aragonesa de Cambio Climático y el Plan de Formación RSA nos proporcionan una hoja de ruta y también una guía práctica para cambiar el rumbo y orientarnos hacia un desarrollo más justo y más verde, y es por ello que desde este Plan de Turismo Sostenible de Aragón visibilizamos esta adhesión a través de la contribución y los compromisos que desde el sector estamos dispuestos a asumir.

La red para el Desarrollo Sostenible (REDS), en su Informe Anual de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (SDSN), en el que evalúa a todos los países en relación con su grado de cumplimiento de los 17 ODS, sitúa a España en los primeros puestos del ranking mundial. Sin embargo, según el informe de 2019, España todavía no aprueba ninguno de los ODS, puntuando especialmente bajo en los Objetivos 9 (innovación), 12 (consumo y producción), 13 (cambio climático) y 14 (ecosistemas marinos). El esfuerzo y la implicación deben ser constantes para poder alcanzar las metas definidas por estos objetivos antes del 2030. Pero, sobre todo, será necesario identificar como podemos aplicar esta Agenda a los distintos sectores socioeconómicos de nuestro país y en especial al sector Turístico.

El turismo es uno de los motores de desarrollo de mayor relevancia tanto en España como a nivel mundial y, por supuesto, en Aragón. Es quizás la industria que presenta los índices de crecimiento más llamativos, tanto en relación con el número de turistas, como por su contribución al PIB. Pero este crecimiento ha de llevarse a cabo aplicando criterios de sostenibilidad y contribuyendo a hacer de nuestro planeta un destino cada vez más perdurable.

La implicación del sector turístico en la consecución de los 17 ODS puede desempeñar un importante papel para implicar a las nuevas generaciones en un escenario de sostenibilidad que exige el compromiso y la participación colectivas.

El Plan Aragón Turismo Sostenible es, además, un compromiso que debe contribuir a la consecución de los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

El compromiso de medir y analizar cuál es el objetivo, y en consecuencia el impacto que desde esta estrategia nos alinea con los ODS.

No seremos meramente impulsores, **seremos actores**. Para ello desde la Dirección General de Turismo lideraremos a través del sector y en alianza con el resto de los colectivos una reflexión a través de los ODS, sus 169 metas y sus 232 indicadores.

Abordaremos el impacto del sector turístico analizando las distintas áreas en las que promoveremos dicho impacto.



Un turismo sostenible e integrado en la economía local.					
Innovación y tecnología para competir mejor y reducir el impacto.					
Turismo y protección del patrimonio natural y cultural.					
Uso eficiente de los recursos y consumo responsable.					
Sensibilización y creación de conciencia.					
Igualdad, inclusión y políticas de género en turismo.					
Formación, competencias profesionales y empleo digno.					
Planificación del destino.					
Alianzas y participación.					
Gestión turística local sostenible y medición.					

En línea con esta estrategia, todo el sector ha de comprometerse a trabajar en la integración de los ODS, aunar esfuerzos con el resto de Administraciones Públicas, los agentes sociales y el sector privado. Es imprescindible este trabajo en equipo para afianzar los principios de la sostenibilidad y sus variables en el marco socioeconómico, ambiental y cultural del territorio.

A partir de esta medición elaboraremos un plan de trabajo e impulsaremos aquellos objetivos en los que nuestra contribución es real, con una propuesta de reducción del impacto y un compromiso de medición del progreso. De este modo, anunciamos desde la Dirección General de Turismo que informaremos de los hitos y los retos marcados, ligados a las metas e indicadores de la agenda 2030, en un informe anual.

Tomaremos como modelo de trabajo las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (UNWTO).

LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



1. Acabar con la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.

Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y para aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible y su incidencia en las comunidades puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes.



2. Acabar con el hambre, aumentar la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

El turismo puede estimular la productividad agrícola al promover la producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector. Además, el Agroturismo, un segmento en crecimiento, puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. El crecimiento de los ingresos en las comunidades locales puede conducir a una agricultura más resiliente y a la vez aportar valor a la experiencia turística.



3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos en todas las edades

La contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo también puede tener un efecto colateral en la salud y el bienestar. La entrada de divisas y los impuestos procedentes del turismo pueden reinvertirse en atención y servicios de salud, lo cual debería contribuir, entre otras cosas, a mejorar la salud maternal, reducir la mortalidad infantil y prevenir enfermedades.



4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje continuo para todos.

Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en educación y en formación profesional y para ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz, así como de fomentar la interactividad de la ciudadanía a escala global.





5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas y, en particular, mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.



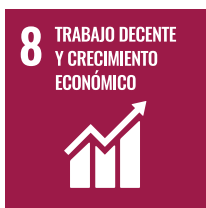
6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.

El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr el acceso al agua y la seguridad, así como a la higiene y al saneamiento para todos. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, pueden ser clave para salvaguardar nuestros recursos más preciados.



7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.

Siendo un sector que requiere una aportación energética sustancial, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética mundial. Por consiguiente, al promover unas inversiones sólidas y a largo plazo en fuentes de energía sostenible, el turismo puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas.



8. Promover el crecimiento económico continuado, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente es responsable de la creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, pueden beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y fomente la cultura y los productos locales».



9. Construir infraestructuras resilientes, animar a la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

El desarrollo del turismo necesita infraestructuras públicas y de origen privado de calidad y un entorno innovador. El sector puede también incentivar a los gobiernos nacionales para que renueven sus infraestructuras y modernicen sus industrias, haciéndolas más sostenibles, más eficientes en términos de empleo de recursos y más limpias, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuentes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar además una industrialización más sostenible, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación. *Development and innovation.*



10. Reducir la desigualdad.

El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El sector puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es también un medio efectivo para que los países en desarrollo participen en la economía mundial. En 2014, los países menos adelantados (PMA) recibieron 16.400 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones derivadas del turismo internacional, cifra que suponía 2.600 millones de dólares en el año 2000. Este considerable aumento ha convertido al turismo en un importante pilar de sus economías (constituyendo el 7% del total de exportaciones) y ha ayudado a algunos a superar la condición de PMA.



11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Una ciudad que no está acondicionada para sus ciudadanos no lo está para los turistas. El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes, menor contaminación del aire, conservación de los sitios del patrimonio y espacios abiertos, etc.) debería dar como resultado unas ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no solo sus habitantes, sino también los turistas.





12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo responsable del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles (10YFP) aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.



13. Adoptar medidas urgentes para paliar el cambio climático y sus efectos.

El turismo contribuye al cambio climático y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, redundando en el propio interés del sector que este tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático. Reduciendo el consumo de energía y utilizando fuentes renovables, especialmente en el sector del transporte y el alojamiento, el turismo puede ayudar a abordar uno de los retos más apremiantes de nuestra época.



14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

El turismo costero y marítimo, el mayor segmento turístico, especialmente para los pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), depende de unos ecosistemas marinos saludables. El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul, en consonancia con la meta 14.7: «Hasta 2030 aumentar los beneficios económicos de los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obteniendo del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».



15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de manera sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.

Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indemnes, una diversidad abundante y enclaves clasificados como patrimonio natural es, a menudo, una de las principales



razones para que los turistas visiten un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no solo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.

16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto, y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente.



17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados, internacionales, nacionales, regionales y locales, para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Efectivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo, como lo es también una mayor sensibilidad respecto al papel del turismo en el cumplimiento de la agenda para el desarrollo después de 2015.



La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Como principal organización internacional en el ámbito del turismo, la OMT promueve el turismo como motor de crecimiento económico, de desarrollo inclusivo y de sostenibilidad ambiental y ofrece liderazgo y apoyo al sector para avanzar en el conocimiento y en las políticas turísticas a escala mundial. La OMT tiene el compromiso de garantizar que el Turismo desempeñe un papel clave en la agenda para el desarrollo y para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Una reflexión interna que permitirá saber con transparencia y exactitud la contribución del sector, promoviendo desde el conocimiento del impacto generado y los retos que se pueden asumir, es necesaria. Iniciamos una propuesta para el sector de una formación que permita evaluar y ampliar esta contribución.

PLAN DE ACCIÓN

1. Promovemos una de guía para una autoevaluación y reflexión, que facilite identificar los puntos fuertes y débiles de un sector, con el objetivo de identificar líneas de acción futura.

La evaluación es, sin duda, una base que ayuda a construir proyectos y actividades turísticas más comprometidas con un futuro que debe ser sostenible. Inicialmente tanto el llamamiento a la contribución como la divulgación se hará a través de los distintos agentes sociales, promoviendo la continuación de manera individual fijando así el compromiso de cada uno de los actores. Elaboraremos un trabajo divulgativo, que sea un manual práctico y útil para el sector turístico. Su principal objetivo es ofrecer una serie de criterios para cada uno de los 17 ODS, que permitan a los promotores o profesionales implicados en el sector del turismo, reflexionar sobre el grado de implicación de su destino o producto turístico con las metas definidas en la Agenda 2030. Con este conjunto de reflexiones y propuestas se pretende impulsar que todas las actividades turísticas vayan incorporando de forma continua y progresiva nuevos criterios para hacerlas más sostenibles y respetuosas con el planeta y para hacer una sociedad más justa e igualitaria.

Una guía que promueva la relación de acciones (jornadas, talleres..), la creación de productos específicos con el análisis de impacto, el trabajo en colaboración con otras entidades que promuevan estos valores etc. Propuestas de valor que permitan a las comarcas /ayuntamientos... trabajar de manera consensuada hacia esta transformación que les permitirá posicionarse como actores también de la agenda 2030.

2. Elaborar “un mapa” de los destinos Turísticos de Aragón que refleje el estado inicial con relación al cumplimiento de los ODS.

A través de este análisis, se generará una visión global construida a partir del estudio pormenorizado y la medición de las diversas variables que afectan a la sostenibilidad en el territorio turístico, según los 17 ODS. La parte fundamental de este mapeo es la identificación de “oferta” para el viajero de estos destinos en coherencia con el uso que haga de propuesta de ocio, gastronomía, alojamiento... .

3. La promoción a través de los distintos “ escaparates ” con los que contamos

(ferias, marketing, RRPP...) pasa por afianzar y visibilizar el compromiso con el ecosistema de nuestra comunidad, asegurando la puesta en marcha de la nueva estrategia integral de sostenibilidad, contando con un diagnóstico exhaustivo para así poder ir incorporando los hitos. Debe realizarse una primera “fotografía” que permita visibilizar la evolución.



- 4. Se acordará la toma de decisiones relativas al desarrollo turístico global mediante la colaboración y alianzas con organizaciones internacionales** tales como UNESCO o la Organización Mundial del Turismo (OMT), entre otras, que permita la visibilización de la contribución del sector.
- 5. Mediremos el impacto en cuestiones relacionadas con la responsabilidad social a través del uso de herramientas destinadas para ello**, lo que posibilitara trabajar en la minimización o reducción del impacto negativo de las actividades turísticas mostrando así una gestión responsable con un alto compromiso con la transparencia.
- 6. Elaboraremos una “Guía Para la Contribución a un modelo de Gestión en Turismo Sostenible” con carácter divulgativo** donde se recojan las principales recomendaciones encaminadas a la gestión y promoción de una oferta de turismo sostenible, respetuoso e inclusivo. Una publicación acompañada y precedida por una presentación formativa que incluirá los parámetros del trabajo que se ha de realizar en los distintos planos de la actividad turística. Planos relativos a las empresas ya la gestión, a las personas, tanto aquellas del propio negocio, como aquellas residentes en los territorios afectados por la actividad, también los territorios/destinos y, por último, a lo relativo al marketing y la reputación. Esta guía servirá de hoja de ruta para empresas, agentes del sector, Administraciones locales y para un trabajo en la gestión de este modelo de estrategia.

Tomar consciencia de que todos los destinos objeto de promoción turística y que todos los productos, con independencia de su tamaño, son actores para la contribución de modelos sostenibles e inclusivos es clave a la hora de aprovechar el contexto actual, marcado por el crecimiento económico, la expansión del sector turístico, la revolución digital y la consolidación de una tendencia en la demanda turística que busca consumos responsables, singulares y auténticos. Es el momento de apostar por la sostenibilidad. Quienes mejor se adapten a los cambios serán los que formen parte del futuro.

La experiencia con la que cuenta Aragón en gestión turística de éxito ha de ser la base y el referente en la promoción de modelos de crecimiento sostenible e inclusivo que mejoren la calidad de vida de los ciudadanos, los que habitan y los que nos visitan.

“Ser referentes en Turismo Sostenible nos obliga a ser absolutamente rigurosos en trasladar a la sociedad las consecuencias y oportunidades de esta actividad”.

“Ser referentes en Turismo Sostenible nos obliga a ser absolutamente rigurosos en trasladar a la sociedad las consecuencias y oportunidades de esta actividad”.



ESTRATEGIA ARAGÓN TURISMO SOSTENIBLE
2030

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO EMPRESARIAL