

EL SECTOR TURÍSTICO Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Turismo responsable,
un compromiso de todos



Pacto Mundial
Red Española

Reservados todos los derechos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

© Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, Madrid, 2016

Félix Boix, 14 - 4º B. 28036 Madrid

Teléfono: (+34) 91 745 24 14

comunicacion@pactomundial.org

www.pactomundial.org

© Organización Mundial del Turismo OMT/UNWTO

Capitán Haya, 42. 28020 Madrid

Teléfono: (+34) 91 567 81 00

omt@unwto.org

www.unwto.org

Dirección: Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas | Organización Mundial del Turismo OMT/UNWTO

Consultoría y desarrollo editorial: Edamel (www.edamel.com)

SUMARIO

4	Prólogos
5	Taleb Rifai , Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO)
6	Ángel Pes , Presidente de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas
8	Turismo. Factor de crecimiento y desarrollo
10	Turismo. Un sector clave en el mundo
12	Turismo internacional. Crecimiento y diversificación
15	Turismo internacional. Un sector de exportaciones en alza
16	Turismo en España. Factor clave de desarrollo económico y social
18	¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?
20	De los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
22	Los ODS y las empresas del sector turístico
25	Retos del sector del turismo
28	Oportunidades del sector del turismo
30	¿Cómo pueden las empresas del sector turístico contribuir a los ODS?
40	Ejemplos de acciones para guiar al sector turístico
44	Herramientas para trabajar los ODS
45	Buenas prácticas
46	Acerca de la OMT y de Pacto Mundial de Naciones Unidas
48	Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO)
48	Pacto Mundial de Naciones Unidas
49	Iniciativas específicas de la Organización Mundial del Turismo
50	Iniciativas específicas del Pacto Mundial de Naciones Unidas



PRÓLOGO

Taleb Rifai,

Secretario General
Organización Mundial del Turismo
(OMT/UNWTO)

En 2015 el turismo batió un nuevo récord, 1.200 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo en un solo año.

Este dato refleja la pujanza del sector turístico que actualmente es responsable de 1 de cada 11 empleos a nivel mundial, 7% de las exportaciones globales y 10% del PIB contribuyendo así al crecimiento económico y al desarrollo en muchas sociedades.

España es un claro ejemplo de ello. Lleva más de veinte años entre los cinco primeros destinos a nivel mundial según los datos contabilizados por la Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO). El turismo es el sector exportador número uno de España y genera 13 de cada 100 empleos en el país.

Para que el sector pueda seguir creciendo de manera sostenible y aporte mayores beneficios a la sociedad es esencial que se opere de una manera responsable.

Necesitamos promover un sector turístico inclusivo, con condiciones laborales decentes para todos, que promueva la

cultura y productos locales y proteja nuestros recursos naturales, preservando de esta manera los atractivos únicos de cada destino.

Como dijo el Secretario General de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon: «En el turismo sostenible, todos tenemos un papel que desempeñar. Con más de mil millones de turistas internacionales viajando al extranjero cada año, todo actúa cuenta».¹

Desde la Organización Mundial del Turismo y el Pacto Mundial España somos conscientes de que las empresas juegan un papel clave y queremos apoyarlas a establecer un modelo de negocio más sostenible y responsable que contribuya a la realización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que marcan nuestra agenda común para los próximos 15 años.

Por ello, queremos poner de relieve cómo las empresas turísticas españolas están apostando por un turismo responsable, poniendo en práctica los principios del Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT y los del Pacto Mundial y marcando así la diferencia en la sociedad y en el sector.

Hay gran diversidad de iniciativas que pueden aportar un grano de arena a nuestros objetivos comunes. Queremos trabajar juntos para que la responsabilidad social corporativa (RSC) en el turismo sea ejemplar y contribuya así a construir un sector más sostenible y a la vez más competitivo.

Para que el sector pueda seguir creciendo de manera sostenible y aporte mayores beneficios a la sociedad es esencial que se opere de una manera responsable y en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

¹ Mensaje del Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon en el Día Mundial del Turismo 2012, 27 septiembre 2012 <http://wtd.unwto.org/es/content/mensaje-del-secretario-general-de-la-onu-ban-ki-moon>



PRÓLOGO

Ángel Pes,

Presidente

Red Española del Pacto Mundial
de Naciones Unidas

Esta publicación supone la culminación de, prácticamente, un año de trabajo entre la Red Española del Pacto Mundial, la Organización Mundial del Turismo y trece entidades del sector. Hemos analizado la oportunidad que los ODS suponen para el turismo y aportado de forma dinámica y multimedia casos concretos que están ocurriendo.

Esos ejemplos vivos vienen de la mano de entidades muy diferentes en naturaleza, tamaño y área de actividad: transporte, cadenas hoteleras, agencias de viaje, consultoras, instituciones educativas, empresas de innovación y tecnología turística y complejos de ocio. Un claro ejemplo de lo que es el Pacto Mundial. Entidades de muy diversa naturaleza, que, en consonancia con Naciones Unidas, se comprometen en un pacto por el desarrollo sostenible.

El texto explica los resultados del trabajo en alianzas *multistakeholder*, aspecto del que nos sentimos especialmente orgullosos. Esta nueva forma de trabajar, recomendada por Naciones Unidas, nos ha permitido experimentar cómo aunar los esfuerzos del sector público y privado ofrece un resultado mejor.

La elección del turismo no es casual. Es uno de los sectores más importantes para la economía de nuestro país. Su ejemplo resulta fundamental para transmitir a las empresas que el desarrollo sostenible es una palanca de negocio. Es un caso en que se conjuga como en pocos el binomio de entornos prósperos negocios prósperos.

La Red Española del Pacto Mundial, en el año 2015, identificó las prioridades del sector privado español para contribuir de forma efectiva a los ODS. Y el sector turístico aparece en dos ámbitos relevantes: primero, como fuente de prosperidad: «Promover el turismo sostenible, cambiando el enfoque del sector, con el foco en ciudadanos responsables». En segundo lugar, como actividad relevante para el planeta: «Proteger la biodiversidad como elemento clave para garantizar la sostenibilidad de los recursos y sectores económicos prioritarios en España, por ejemplo, a través del turismo responsable». Son *inputs* que guiarán el trabajo presente y futuro.

*El turismo es un gran ejemplo para
transmitir a las empresas que el desarrollo
sostenible es una palanca de negocio.*

Dado que la Red Española es un ejemplo en el ámbito del Pacto Mundial y teniendo en cuenta la importancia del sector turístico en España, la alianza de la OMT y el Pacto Mundial se ha revelado muy oportuna. Es un ejemplo, desde ese enfoque sectorial que tanto se nos reclama, para otros sectores de que se puede avanzar desde el «no impacto negativo» al impacto positivo.

TURISMO

Factor de crecimiento y desarrollo





TURISMO

Un sector clave en el mundo

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

La evolución de las llegadas de turistas internacionales a escala mundial ha pasado de 25 millones en 1950 a casi 1.200 millones en 2015. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 1.260.000 millones en 2015 (1.136.000 millones de euros).²

Actualmente el turismo mueve cada año a miles de millones de viajeros y se estima que la cifra seguirá creciendo a un promedio de un 3,3% anual hasta 2030. Según las previsiones a largo plazo de la OMT, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán hasta alcanzar los 1.800 millones.³

Cabe destacar la resiliencia que ha mostrado el sector en los últimos años que, a pesar de desafíos como la crisis económica mundial, desastres naturales y pandemias, ha experimentado un crecimiento casi ininterrumpido.

² Panorama OMT del turismo internacional (Madrid: OMT, edición 2016).

³ UNWTO Tourism Towards 2030 Global Overview, (Madrid: UNWTO, October 2011)

Este crecimiento a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y el XXI se debe a que progresivamente el acceso al turismo se ha ido ampliando gracias al reconocimiento del derecho a vacaciones en la Declaración Universal de Derechos Humanos⁴, la mejora de la adopción de los derechos laborales en muchos países y la creciente clase media mundial. Además, en las últimas décadas la aparición de nuevas tecnologías aplicadas al turismo y el descenso del precio de transporte, sobre todo del transporte aéreo, han favorecido el aumento de los viajes internacionales.

Se calcula que el turismo hoy en día supone el 10% del PIB a nivel mundial (impactos directos, indirectos e inducidos) y el 7% de las exportaciones. Esta actividad económica se traduce en importantes beneficios para las comunidades locales siendo el sector responsable de 1 de cada 11 empleos a nivel mundial.

⁴ Artículo 24, Declaración Universal de los Derechos Humanos (París: Naciones Unidas, Diciembre 1948)

Estas cifras suponen inmensas oportunidades de crecimiento y desarrollo económico, pero a su vez conllevan grandes retos y responsabilidades. Como toda actividad, el turismo tiene poderosos efectos en la economía, sociedad y medio ambiente de los países emisores y sobre todo de los receptores.

Además del impacto socio-económico del turismo, el sector, si se gestiona de forma sostenible, puede ser un factor de preservación ambiental, promoción y valorización cultural y entendimiento entre los pueblos.

Por ello es esencial que todos los actores, entre ellos las empresas que operan en el sector, sean conscientes tanto de las oportunidades como de las responsabilidades y actúen consecuentemente para que sus acciones dejen una huella positiva en la sociedad en la que operan y aseguren la sostenibilidad del destino y de sus negocios.



TURISMO INTERNACIONAL

Crecimiento y diversificación

El número global de llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) volvió a crecer en 2015 en un 5%, por sexto año consecutivo, lo que equivale a unos 52 millones más de llegadas que el año anterior. Esto supone un total de casi 1.200 millones de turistas internacionales viajando por el mundo en un año. Este crecimiento exponencial es especialmente visible en Asia y el Pacífico, Europa y las Américas.

Desde 1995, el aumento de llegadas de turistas internacionales ha implicado un crecimiento para todas las regiones. Si bien

Europa sigue manteniendo la cuota de mercado más amplia, siendo el Mediterráneo y sur de Europa la zona más visitada del mundo, esta cuota ha ido paulatinamente disminuyendo (del 58% en 1995 al actual 51%) a favor del crecimiento que se ha venido produciendo en otras regiones. Lo mismo sucede con la región de las Américas, que en 1995 gozaba de un 21% del mercado y ahora se mantiene en un 16%. Destaca sobre todo el aumento de la cuota de mercado de Asia y el Pacífico (de un 16% a un 24%), seguido de África (del 4% al 5%) y Oriente Medio (del 2% al 4%).

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

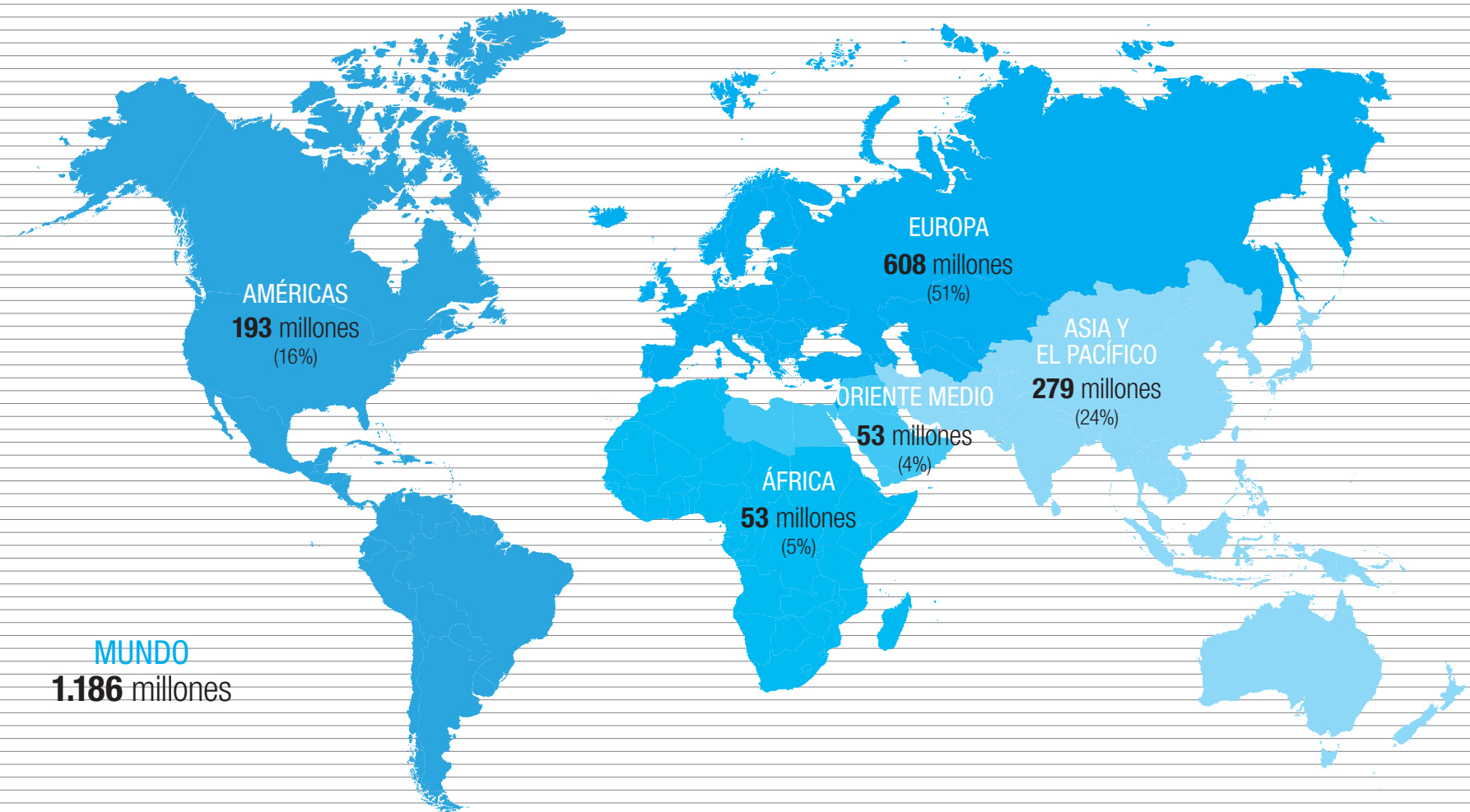


© Organización Mundial del Turismo (UNWTO) 2016



LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2015

Cuota de mercado (%)



TURISMO INTERNACIONAL

Un sector de exportaciones en alza

Los ingresos generados por el turismo internacional aportaron 1.136.000 millones de euros a la economía mundial en 2015 (1.260.000 millones de dólares de los EE.UU.), mostrando un crecimiento del 4,2% en el último año. Estos ingresos, que se contabilizan como exportaciones para el país de destino, provienen de los gastos de los visitantes durante su estancia y son una valiosa fuente de divisas extranjeras que revierte en el empleo y en el desarrollo local del destino.

Además, si a estos ingresos por turismo internacional (la partida de «viajes» de la balanza de pagos), se le suman los de los servicios de transporte internacional de pasajeros no residentes, el valor total de las exportaciones turísticas alcanza la cifra de 1,3 billones de euros (1,5 billones de dólares de los EE.UU.).

El turismo internacional representa el 7% del total de las exportaciones mundiales y el 30% de las exportaciones de servicios. La cuota del turismo en las exportaciones totales de bienes y servicios pasó de un 6% a un 7% en 2015, siendo

el cuarto año consecutivo en que el turismo internacional supera al comercio mundial de mercancías, que aumentó un 2,8% en 2015.

Como categoría mundial de exportación, el turismo ocupa el tercer puesto, por detrás tan solo de los combustibles y los productos químicos, y por delante de los productos alimentarios y la industria de la automoción. En muchos países en desarrollo, el turismo es el primer sector exportador.



TURISMO EN ESPAÑA

Factor clave de desarrollo económico y social

España es uno de los principales destinos turísticos del mundo, ocupa el tercer lugar a escala mundial en cuanto a ingresos generados por el turismo, y el primero en Europa, con 51.000 millones de euros (57.000 millones de dólares de los EE.UU.) en 2015.

Además es el tercer destino mundial en cuanto al número de llegadas de turistas con 68 millones visitantes que pernoctaron en el país en el 2015.

Durante décadas España ha logrado mantenerse en el *ranking* de los cinco primeros destinos mundiales tanto por ingresos como por llegadas.

El principal mercado emisor de turistas a España es Europa (del que predominan turistas de Reino Unido, Francia y Alemania), seguido por el mercado latinoamericano y asiático.⁵

La aportación del sector turístico al PIB español es del 10,9% según el último dato oficial del año 2014, lo que supuso 113.690

⁵ Barómetro OMT del Turismo Mundial, volumen XIV, (Madrid: OMT, mayo 2016).

millones de euros.⁶ Además el turismo es una fuente de empleo para el 13% de la población ocupada en España,⁷ lo cual supera la media de la tasa de empleo del sector a nivel mundial.

Para hacernos una idea en cifras, los trabajadores ocupados en el sector turístico en 2015 en media anual fueron 2.3 millones de personas un 5,4% más respecto al año anterior. Siendo las ramas turísticas con mayor volumen de trabajadores ocupados las de los servicios de comidas y bebidas (50% del total ocupados en turismo), otras actividades turísticas (23,8%), los servicios de alojamiento (14,8%) y el transporte de viajeros (11,4%).

El trabajo en el sector del turismo es muy diverso y en ocasiones, sirve como puerta de acceso al mercado laboral en particular para los jóvenes que luego pueden desarrollar su carrera profesional en este ámbito. Sabemos por ejemplo que en España, el 8,4% de los ocupados del sector tienen estudios

⁶ Cuenta Satélite del Turismo (CSTE) (Madrid: Instituto Nacional de Estadística, 2016).

⁷ Encuesta de Población Activa (EPA) (Madrid: Instituto Nacional Estadística, 2015)

primarios, el 63,1% estudios secundarios y el 28,5% formación universitaria.

En el sector del turismo tradicionalmente las mujeres constituyen un amplio porcentaje de la fuerza laboral,⁸ en España las mujeres representan el 44,3% de la ocupación del sector. En ramas como la de los servicios de alojamiento este porcentaje llega a alcanzar el 55,5% contrastando con el 17,2% de ocupación femenina en la rama de transporte.

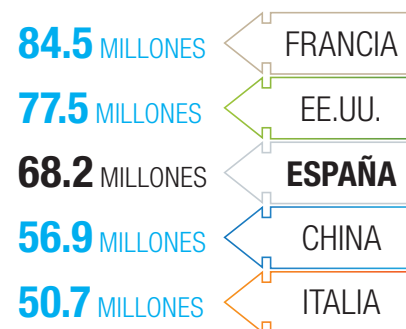
Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) de 2015, el 21,5% de los ocupados en el turismo son autónomos, mientras que el 78,5% son trabajadores asalariados. De estos últimos el 74,9% están contratados como indefinidos y el resto (25,1%) son trabajadores temporales.

Una de las tendencias que ha caracterizado al turismo en España durante muchos años ha sido su estacionalidad al haber sido un destino de sol y playa en verano para los turistas del norte de Europa. Esta estacionalidad inevitablemente impacta en la temporalidad del empleo y los ingresos para los trabajadores locales.

Durante los últimos años se han tomado medidas para diversificar el producto turístico con el fin de atraer viajeros fuera de la temporada alta, promocionando el turismo cultural, de ciudades y de negocios. Según los datos del barómetro de la OMT de 2015 parece que esta estrategia empieza a dar frutos dado el crecimiento del turismo en los meses de octubre (10%) y noviembre (11%). Particularmente en estos meses se registró

un crecimiento en la demanda por parte de turistas provenientes de Reino Unido.

Por otro lado, las líneas aéreas de bajo coste y los cruceros continúan expandiéndose en el mercado español por lo que parece que el turismo en España, como el resto de Europa seguirá creciendo a un ritmo algo más lento, pero estable, en los próximos años.



**DESTINOS MÁS VISITADOS
POR TURISTAS EN EL MUNDO**
LLEGADAS DE
TURISTAS INTERNACIONALES 2015

© Organización Mundial del Turismo (UNWTO), 2016

Panorama OMT del turismo internacional (Madrid: OMT, edición 2016)



**LOS PAÍSES DEL MUNDO
QUE MÁS GANAN CON EL TURISMO**
INGRESOS POR
TURISMO INTERNACIONAL 2015

© Organización Mundial del Turismo (UNWTO), 2016

Panorama OMT del turismo internacional (Madrid: OMT, edición 2016)

⁸ Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012 (Madrid: OMT y ONU Mujeres, 2011)

¿QUÉ SON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE?







DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO (ODM) A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

En septiembre del año 2000, los 189 países miembros de las Naciones Unidas firmaron una alianza mundial que se materializó en el establecimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Algunas de las metas planteadas invitaban a erradicar la pobreza extrema y el hambre del mundo, a lograr la enseñanza primaria universal, a garantizar la sostenibilidad del medio ambiente o a fomentar una alianza mundial para el desarrollo. Esta alianza llegó a su fin en el año 2015 y a pesar de los esfuerzos y logros tuvo un cumplimiento desigual de los Objetivos planteados.

Los 15 años de trabajo en torno a los ODM han permitido detectar las principales dificultades para su cumplimiento, como son: la relevancia de determinar las fuentes de financiación, el establecimiento de indicadores adecuados para medir el progreso o la falta de claridad sobre el papel de determinados actores en la consecución de la agenda, como la sociedad civil y el sector privado.

Con las lecciones aprendidas, en enero de 2012, el Secretario General de Naciones Unidas, Ban Ki-moon, estableció un equipo de trabajo para apoyar la preparación de la agenda Post-2015. Este equipo reunió a más de 60 entidades y agencias de la familia de Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales. Las conclusiones de este trabajo

se presentaron en junio de 2012 en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Rio+20), una de las reuniones mundiales más importantes sobre desarrollo sostenible de nuestros tiempos, bajo el lema «El futuro que queremos». El informe se convirtió a partir de entonces en la hoja de ruta para definir un conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) 2015-2030

Finalmente, el 25 de septiembre de 2015, se aprobó por parte de la Asamblea General de Naciones Unidas, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y con ella, los Objetivos de Desarrollo Sostenible,⁹ un marco compuesto por 17 objetivos y 169 metas, mediante las cuales, Estados, sociedad civil y



sector privado pueden guiar y medir sus contribuciones al desarrollo sostenible hasta 2030.

La nueva agenda de desarrollo es la más ambiciosa hasta la fecha y sus 17 Objetivos pretenden erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la igualdad y prosperidad para todos.

Esta agenda iguala las contribuciones al desarrollo sostenible independientemente del actor que las realice, lo que posibilita que las empresas jueguen por primera vez un rol protagonista en la consecución de la nueva agenda de desarrollo.

⁹ Resolución de aprobación de la Agenda 2030, (Naciones Unidas, 2015)
http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&referer=/english/&Lang=S



LOS ODS Y LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

El año 2015 se ha convertido en un hito para la sostenibilidad por ser el año en que los Gobiernos han consensuado la adopción de la agenda para el desarrollo post-2015. La nueva agenda es transformativa, está centrada en las personas y tiene objetivos valientes y ambiciosos. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que retoman y expanden los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), cuya aplicación culmina en 2015, comprenden 17 objetivos y 169 metas y serán el marco de la nueva agenda mundial de desarrollo para los próximos quince años.

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos estos Objetivos. Concretamente el turismo aparece en las Metas de los Objetivos 8, 12 y 14, que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

El turismo sostenible está firmemente posicionado en la agenda para el desarrollo post-2015. Para cumplir esta agenda, sin embargo, es necesario un marco de implementación

claro, con financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructura y recursos humanos.¹⁰



El ODS 8, que se centra en la promoción del «crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos» incluye la meta 8.9:

«De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».

¹⁰ El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Madrid: OMT, 2015)



El ODS 12, que está encaminado a «garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles», incluye la meta 12.b:

«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 ODS 14, que aspira a «conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible», incluye la meta 14.7:

«De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».



El mandato de las Naciones Unidas para la implantación de los ODS en el sector empresarial corresponde a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y al Pacto Mundial de Naciones Unidas, a través de las redes locales y las oficinas a nivel nacional de dichas organizaciones, respectivamente.

A nivel local, la Red Española del Pacto Mundial realizó un ejercicio de Mapeo Post 2015 que se materializó en la publicación *«España, como agente motor de la agenda de desarrollo»*¹¹, en el que se identificaron las prioridades del sector privado español para contribuir de forma efectiva a los ODS.

A través de este ejercicio se identificaron multitud de prioridades en relación a las cinco áreas de la nueva agenda. Entre ellas, se identificaron dos relacionadas con el sector turístico, dentro del área Planeta y Prosperidad:

«Promover el turismo sostenible, cambiando el enfoque del sector, con el foco en ciudadanos responsables».

«Proteger la biodiversidad como elemento clave para garantizar la sostenibilidad de los recursos y sectores económicos prioritarios en España, por ejemplo, a través del turismo responsable».

La Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), como organismo especializado de las Naciones Unidas y principal organización internacional en el ámbito turístico, tiene la misión de promover la contribución del sector turístico entorno a los ODS. La OMT está dedicando esfuerzos para contribuir a través de asistencia técnica y capacitación a la consecución de los ODS, especialmente en relación a los objetivos en los que se menciona de forma expresa el turismo en sus metas, como son el 8, 12 y 14.

¹¹ España, como agente motor de la agenda de desarrollo 2030, (Madrid: Red Española del Pacto Mundial, 2015)

RETOS DEL SECTOR DEL TURISMO

En septiembre de 2015 la Red Española del Pacto Mundial y la Organización Mundial del Turismo firmaron un acuerdo de colaboración para integrar a las empresas del sector turístico español en iniciativas de responsabilidad social corporativa, con los ODS como marco principal.

Ambas organizaciones han realizado un sondeo conjunto con la participación de 13 empresas del sector, con el objetivo de identificar los potenciales retos del sector del turismo en relación a la nueva Agenda de Desarrollo 2030.

En el sondeo se identificaron los siguientes retos que se pueden clasificar en 6 áreas prioritarias:

Empleo

Medioambiente

Producción y Consumo Responsables

Alianzas

Transparencia

Ciudades Sostenibles

Cadena de Suministro

En primer lugar, uno de los principales retos del sector es el relativo al **empleo**, especialmente a la hora de asegurar que las empresas del sector ofrezcan empleo decente y estable a los trabajadores, particularmente a mujeres y personas con discapacidad.

Otro de los retos es el relativo al **medioambiente**. Las actividades turísticas pueden causar impacto sobre los ecosistemas, por lo que es necesario fomentar una gestión eficiente de los recursos e impulsar medidas contra el cambio climático.

La **producción y el consumo responsables** también son considerados retos clave, tanto en lo que se refiere a la cadena de suministro de las empresas del sector, como en la promoción de pautas de consumo sostenible entre los turistas.

La creación de **alianzas** y espacios de diálogo entre diferentes actores, como pueden ser empresas, gobiernos, sociedad civil y el sector educativo, es esencial para promover el intercambio de conocimientos y multiplicar el impacto.

Un reto adicional es el relativo a la necesidad de introducir procesos de **transparencia** en las organizaciones del sector, fomentando la elaboración de memorias de sostenibilidad.

Además, es importante preservar el destino y promocionar las **ciudades sostenibles e inteligentes**, que beneficien a la población local y a los turistas.

Por último, la gestión sostenible de las **cadena de suministro**, es una cuestión clave para asegurar la sostenibilidad del sector, particularmente en relación a la evaluación, formación y contratación de proveedores.

Las 13 empresas participantes en este proyecto han destacado cinco Objetivos de Desarrollo Sostenible que consideran prioritarios para el sector del turismo en España:



«Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas»

Se deben promover medidas para garantizar los mismos derechos y oportunidades laborales a la mujer.



«Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos»

Es imprescindible proporcionar puestos de trabajo decentes en las empresas del sector turístico, especialmente en los países en desarrollo.



«Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles»

Promover las ciudades sostenibles e inteligentes es fundamental para garantizar destinos que atraigan a turistas y favorezcan la calidad de vida de las comunidades locales.



«Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible»

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible requieren de la construcción de alianzas estratégicas entre los diferentes actores que tienen impacto en el sector. En definitiva, requieren del compromiso de la sociedad en su conjunto.



«Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos»

Reducir la emisión de gases de efecto invernadero es clave para garantizar la sostenibilidad del sector, manteniendo los ecosistemas y recursos naturales limpios para provecho de los turistas y las personas de los lugares de destino.





OPORTUNIDADES DEL SECTOR DEL TURISMO

Como se desprende del capítulo anterior, el turismo es uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo, representando en 2015 el 10% del PIB mundial y el 7% del total de exportaciones internacionales. Estos números reflejan el gran potencial del sector y la capacidad de influencia que posee sobre los desafíos mundiales, especialmente en relación al crecimiento económico sostenible, el desarrollo inclusivo y la preservación del medioambiente.

El sector tiene un enorme potencial para la creación de trabajo decente y la promoción del emprendimiento, ayudando a empoderar a los grupos menos favorecidos, en particular a los jóvenes y las mujeres.

Además, el turismo promueve el intercambio entre personas de diferentes partes del planeta, potenciando el entendimiento entre culturas y favoreciendo la paz entre comunidades y naciones.

El turismo es, por tanto, uno de los sectores económicos más dinámicos y de mayor alcance, y puede contribuir de manera decisiva al logro de los ODS.

Las empresas del sector turístico juegan un papel importante para transformar el enfoque del sector e introducir criterios de sostenibilidad en sus operaciones. Estas pueden alinear sus estrategias con los ODS, potenciando un turismo responsable, que respete el medio natural, cultural y social y promueva el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.



¿CÓMO PUEDEN LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO CONTRIBUIR A LOS ODS?



Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

El turismo representa más del 10% del PIB mundial,¹² teniendo un impacto directo sobre los niveles de pobreza a nivel internacional. El sector debe potenciar la creación de puestos de trabajo decente que repercutan directamente sobre el bienestar de la población local y les ayude a obtener ingresos justos, seguridad y protección social y mejores perspectivas para su desarrollo personal e integración social.

Las empresas del sector turístico tienen potencial para generar empleo decente, especialmente para mujeres, jóvenes y grupos desfavorecidos, impulsando la economía y el desarrollo local a través de sus actividades y operar para evitar crisis ambientales y económicas que repercutan en la población.

¹² UNWTO Annual Report 2015, (Madrid: OMT, 2016)



Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

La mayor parte de la pobreza en el mundo se sitúa en zonas rurales, donde además se registran los mayores índices de malnutrición. El turismo puede estimular la productividad agrícola a través de la producción, el uso y la venta de productos locales y al mismo tiempo ofrecer una vía de ingresos extra a las personas que habitan en los destinos turísticos.

Las empresas del sector pueden fomentar un turismo sostenible, que estimule la producción agrícola a través del consumo local, ofrezca modelos de negocio alternativos como el agroturismo y sea respetuoso con el medioambiente y las costumbres locales.



Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

El sector turístico puede operar de una forma sostenible, sana y segura para las comunidades locales, los turistas y los empleados, contribuyendo al bienestar de todos ellos.

Poner en marcha planes adecuados de seguridad e higiene y llevar a cabo las medidas oportunas para prevenir accidentes o problemas de salud entre los turistas y empleados son medidas a las que pueden contribuir las empresas.



Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

Un desarrollo sostenible efectivo solo podrá conseguirse haciendo llegar a toda la población valores éticos y responsables en materia ambiental, económica y social. El turismo impacta de forma directa sobre un amplio número de personas, cuya educación será clave para conseguir un turismo sostenible efectivo.

Las empresas del sector tienen varias vías para contribuir a este Objetivo; llevando a cabo programas de formación para visitantes y empleados, a través de proyectos de desarrollo comunitario y concienciando a la sociedad de una forma responsable de hacer turismo. Las empresas deben prestar especial atención en beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales.



Nuevas soluciones a problemas urgentes en relación a medio ambiente, patrimonio cultural, economía y sociedad son necesarias y la educación de los futuros actores debe ser acorde a estos requerimientos actuales.



Gilda Hernandez-Maskivker
Directora Máster en Destinos Turísticos
Sostenibles y Planificación Turística
The Ostelea School Of Tourism & Hospitality

➔ Ir a la tribuna de opinión



Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

Gran parte de los empleados y emprendedores del sector turismo a nivel mundial son mujeres, sin embargo, con frecuencia suelen ocupar puestos de baja remuneración, perpetuando la desigualdad a nivel económico y social.¹³ El sector turístico puede actuar como vehículo de empoderamiento de la mujer, proporcionando un empleo decente a nivel local, que les permita mejorar sus condiciones de vida y gozar de mayor autonomía.

Las empresas del sector pueden por lo tanto promover un turismo que mejore la calidad del empleo de las mujeres y les permita acceder a puestos cualificados, creando programas de capacitación laboral, integración e igualdad para las mujeres y niñas en las comunidades locales donde operen.



Jose Ángel Preciados

Director General

ILUNION Hotels

→ Ir a la tribuna de opinión



Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas es uno de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) al que, desde el sector del turismo, estamos comprometidos a contribuir activamente



Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos

Los flujos turísticos son grandes consumidores de recursos como el agua. Las restricciones de agua y la falta de saneamiento pueden afectar la imagen de los destinos turísticos, perjudicando su desarrollo socioeconómico. El sector turístico puede llevar a cabo una gestión eficiente de los recursos hídricos, limitando su impacto sobre los ecosistemas locales y al mismo tiempo proporcionando acceso a agua potable y a servicios de saneamiento a turistas y población local.

Las empresas turísticas deben integrar el agua y el saneamiento como cuestiones clave dentro de sus estrategias de negocio, implantando medidas para llevar a cabo un uso eficiente del agua y una adecuada gestión de las aguas residuales y de la contaminación.

¹³ Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010-2012, (Madrid: OMT y ONU Mujeres, 2011)



Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

Para alcanzar un turismo sostenible, es necesario que se favorezca el acceso a una energía asequible, limpia y moderna en los destinos.

Las empresas del sector turístico pueden apostar por desarrollar medidas de eficiencia energética y aumentar el uso de energías renovables en sus operaciones en detrimento de los combustibles fósiles, con el fin de alcanzar una economía sostenible y beneficiosa para todos.



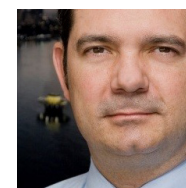
Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

El turismo es uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo, siendo responsable actualmente de la creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo¹⁴ y una de las principales fuentes de ingresos de multitud de países. Es por tanto un instrumento clave para conseguir un crecimiento económico inclusivo y sostenible y ofrecer condiciones laborales dignas a un gran número de personas, en particular a jóvenes y mujeres.

Las empresas del sector proporcionan puestos de trabajo que deben ser decentes a través de toda su cadena de valor. También deberían fomentar la contratación y el emprendimiento de la población local, especialmente entre grupos en situación de vulnerabilidad.



En Viajes El Corte Inglés disponemos de programas que ponen el foco en la formación de calidad, a través de planes propios de capacitación a nuestros empleados



Pedro Hita
Director Recursos Humanos
Viajes El Corte Inglés

➔ Ir a la tribuna de opinión

¹⁴ Panorama OMT del turismo internacional (Madrid: OMT, edición 2015)



Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Las infraestructuras, los procesos de industrialización y la innovación son cuestiones relevantes en el desarrollo de la actividad del turismo.

Las empresas del sector tienen capacidad de invertir en instalaciones e infraestructuras sostenibles que permitan el acceso y uso universal, especialmente por parte de personas con discapacidad y otros grupos desfavorecidos. También pueden mejorar la capacidad tecnológica de los destinos turísticos, especialmente de las comunidades rurales en relación al acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones.¹⁵

Berta Barrero

Directora General de Operaciones
RENFE

➔ Ir a la tribuna de opinión

¹⁵ TIC y Turismo, Gobierno de España, 2015



Reducir la desigualdad en y entre los países

El turismo constituye el 10% del PIB mundial. Un turismo que beneficie a la sociedad, a la economía y proteja el medioambiente es una poderosa herramienta de progreso comunitario y de reducción de la desigualdad. Es importante que se involucre en su desarrollo a las comunidades locales y a todos los agentes clave.

Las empresas del sector pueden contribuir a la renovación urbana y desarrollo rural ayudando a reducir los equilibrios regionales y brindando a las comunidades locales la oportunidad de prosperar desde su lugar de origen.¹⁶

¹⁶ El Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Madrid: OMT, 2015)



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

Para 2050, siete de cada diez personas vivirán en zonas urbanas.¹⁷ El turismo demanda infraestructuras urbanas accesibles para todos, con un patrimonio bien conservado y puede ayudar a promover la regeneración de áreas marginales. Para responder a esta demanda, a las empresas del sector les interesa fomentar las ciudades sostenibles, infraestructuras verdes y resilientes (transportes más eficientes, seguros y accesibles para todos, zonas verdes y espacios públicos seguros, entre otros).

El turismo en las ciudades contribuye a transformar el paisaje urbano a través de la renovación del espacio público, la infraestructura pública y la conectividad, el desarrollo de servicios locales e la instalaciones recreativas y estimula la innovación, el uso de tecnologías y el concepto de ciudad inteligente que no sólo crea una experiencia de calidad de los visitantes, sino que también mejora la calidad de vida de la población local.



Hemos lanzado el movimiento c-learning online y offline minube School, una iniciativa de aprendizaje colaborativo para co-crear una industria turística responsable y sostenible. 2017 será el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo y nuestra labor debe ir encaminada a alcanzar cada uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente el Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles

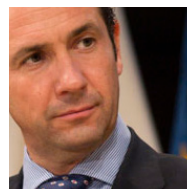


Raúl Jiménez
CEO y Fundador
Minube

→ Ir a la tribuna de opinión



Estamos ante el nuevo modelo de destino turístico del siglo XXI: el Destino Turístico Inteligente



Antonio López
Presidente
SEGITTUR

→ Ir a la tribuna de opinión

¹⁷ Directrices Internacionales sobre Planificación Urbana y Territorial (Nairobi: ONU Habitat 2015)



Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Para conseguir una sociedad verdaderamente sostenible, es fundamental introducir en el sector turístico modalidades de consumo y producción responsables. El sector debe fomentar las prácticas de consumo y producción sostenible por parte de sus empleados, población local y turistas, en medidas tales como el uso eficiente de los recursos naturales y la gestión sostenible de alimentos y desechos y la selección de productos y proveedores.



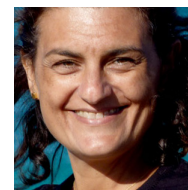
Gestionar con triple perspectiva: económica, social y medioambiental, transforma a la empresa en un verdadero elemento de cambio social, generándole un incuestionable valor añadido

Las empresas del sector tienen en su mano la oportunidad de poner en marcha medidas de reutilización y reciclaje de los recursos, adoptar prácticas sostenibles en relación a su cadena de suministro, incorporar información sobre sostenibilidad en sus informes corporativos y promover la cultura y los productos locales.

Felisa Palacio
CEO

Taranná Viajes con sentido

→ Ir a la tribuna de opinión





Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

El sector turístico es un actor clave en la lucha contra el cambio climático, ya que genera alrededor del 5% del CO² del total emitido a la atmósfera¹⁸. Además, la actividad turística lleva consigo la transformación de los entornos y recursos naturales y un uso excesivo de combustibles fósiles. Es imprescindible asegurar la sostenibilidad del sector, garantizando su compromiso con la protección medioambiental para mitigar los efectos negativos sobre las personas y los destinos turísticos.

Las empresas del sector pueden participar en la lucha contra el cambio climático, reduciendo el consumo de energía, fomentando el uso de energías renovables y creando alianzas para combatir el cambio climático. Estas medidas son especialmente relevantes para las industrias del transporte y la hotelera.



Nuestro modelo de gestión siempre ha estado basado en la práctica del Turismo Responsable



José Luque

CEO

Fuerte Hoteles

➔ [Ir a la tribuna de opinión](#)



Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

El turismo juega un papel importante para garantizar el cuidado de los océanos, mares y recursos marinos, especialmente en lugares costeros o insulares, donde el sector es la base de la economía y también en relación al turismo marítimo. El sector debe fomentar una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar los ecosistemas marinos y servir de vehículo para promover la economía azul.

Las empresas que operan en el sector del turismo costero y marítimo pueden ayudar a prevenir y reducir la contaminación marina y utilizar los recursos marinos de forma sostenible en sus actividades. Además, una actividad responsable puede revertir en beneficios económicos para los lugares de destino, especialmente en zonas costeras o insulares poco desarrolladas.

¹⁸ Cambio Climático y Turismo, Responder a los retos mundiales. (Madrid: OMT, UNDP 2008)



Promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y frenar la pérdida de la diversidad biológica



Cuando las empresas disponen de una política de RSC consolidada que incluya también una política ambiental monitorizada por un Sistema de Gestión Ambiental, que les exija la publicación de una Declaración Ambiental anual y una mejora continua del comportamiento con su entorno, llega el momento de dar el salto a la cadena de suministro y extender estas prácticas de sostenibilidad a los proveedores.

El turismo sostenible contribuye a generar beneficio a largo plazo, invertir en medidas de lucha contra la deforestación y la desertificación, para mantener los destinos turísticos en condiciones óptimas y generar un mayor flujo de visitas y beneficios para el medioambiente y las comunidades locales.

Las empresas que apuestan por un turismo sostenible pueden crear programas para los turistas enfocados en cómo preservar y cuidar el medioambiente, para ayudar a las comunidades locales a administrar las visitas de modo que obtengan el mayor beneficio posible con un mínimo de riesgos para sus ecosistemas, su diversidad biológica y su flora y fauna.

Choni Fernández

Directora de Responsabilidad
Corporativa
PortAventura World



→ Ir a la tribuna de opinión

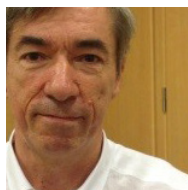


Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles

El turismo puede contribuir a impulsar sociedades pacíficas e inclusivas, a fomentar la protección de los derechos fundamentales de las comunidades locales y a luchar contra la corrupción. El turismo fomenta la tolerancia y el entendimiento entre diferentes culturas y sirve de medio de vida a las comunidades locales, evitando la violencia y consolidando la paz en sociedades que han vivido conflictos recientes.

Las empresas del sector deben involucrar a la población local en sus actividades, proporcionándoles un trabajo decente y llevando a cabo decisiones conjuntas en relación al uso de los recursos locales, introducir medidas de transparencia en la organización para luchar contra la corrupción y garantizar y proteger los derechos humanos de los locales, turistas y sus empleados.

“Gracias al turismo se han recuperado tradiciones, se han dado a conocer comunidades diferentes, se ha potenciado el valor y la riqueza que supone la diversidad.”



Luis García
CEO
Europa Mundo Vacaciones

➔ Ir a la tribuna de opinión



Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

La creación de alianzas entre los diferentes actores del planeta es fundamental para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y por lo tanto para garantizar el bienestar de la población a corto y largo plazo. 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. La cooperación entre las empresas del sector, sociedad civil, gobiernos e instituciones educativas es fundamental para alcanzar un turismo sostenible efectivo.

Las empresas del sector turístico deben fomentar iniciativas que involucren a múltiples agentes para contribuir al desarrollo sostenible y expandir buenas prácticas del sector en relación a la nueva Agenda de Desarrollo Sostenible 2030.



Jorge Vallina Crespo
Director de Sostenibilidad y Turismo
Formagrup

➔ Ir a la tribuna de opinión



Como objetivo transversal, el ODS 17 es fundamental para Iberia para conseguir el resto de objetivos con los que la compañía está comprometida



Graciela Ramallo
Gerente comunicación interna
Iberia

➔ Ir a la tribuna de opinión



La colaboración público-privada entre los distintos actores involucrados en el desarrollo turístico es esencial para lograr un turismo más eco-consciente, responsable e inclusivo



EJEMPLOS DE ACCIONES PARA GUIAR AL SECTOR TURÍSTICO

A continuación, se detallan una serie de ejemplos de acciones para guiar la contribución de las empresas del sector turístico a los ODS, cada una de ellas vinculada con varios de los Objetivos. Estas acciones pueden dar una idea a las empresas del sector sobre cómo empezar a trabajar el nuevo marco y comprender de forma práctica la vinculación entre el sector privado y los ODS:



ODS 1, 2, 8, 10 y 16

Proporcionar condiciones laborales dignas a los empleados y a través de la cadena de valor, especialmente a proveedores que operen en países con legislaciones débiles, para asegurar que estas personas vivan en condiciones dignas.



ODS 1, 3, 5 y 8

Impulsar el desarrollo en los lugares donde opere la empresa, a través del apoyo a la economía y productos locales y contratando a personas en los lugares de destino, especialmente en grupos en situación de vulnerabilidad.



ODS 4, 8 y 12

Elaborar un plan formativo en la empresa en materia de sostenibilidad, que incluya temáticas como los derechos humanos, educación ambiental, respeto de la cultura local, consumo responsable etc. dirigido a toda la cadena de valor (empleados, proveedores, turistas, diferentes departamentos y puestos de la empresa).



ODS 3, 12, 13, 14 y 15

Promover la sensibilización entre viajeros y turistas para convertir la sostenibilidad en un atributo de valor en la elección de destinos, productos y servicios turísticos y concienciar de la importancia de sus conductas responsables en los lugares de destino.



ODS 1, 2, 5 y 8

Poner en marcha políticas de igualdad en la empresa, dando a las mujeres la oportunidad de desarrollarse laboralmente de forma igualitaria, por ejemplo, formando a proveedores en materia de igualdad de género y capacitando a las mujeres locales para adquirir nuevas habilidades laborales relacionadas con el turismo.



ODS 3 y 8

Establecer medidas de seguridad e higiene adecuadas en las actividades, productos y servicios de la empresa, para no comprometer la salud de los trabajadores, turistas o comunidades locales.



ODS 1, 4, 8 y 10

Fomentar la contratación y formación de jóvenes en las comunidades locales donde la empresa tenga operaciones, para proporcionar a las nuevas generaciones igualdad de oportunidades.



ODS 6, 14 y 15

Realizar una gestión sostenible del agua en las actividades de la empresa, con una política estricta de consumo y reutilización del agua y evitar contaminar los ecosistemas de los lugares de destino.



ODS 7 y 13

Establecer medidas de ahorro y eficiencia energética en las actividades de la empresa, para reducir el coste energético de los servicios.



ODS 3, 5, 9 y 11

Integrar a las personas con discapacidad en los lugares de destino, eliminando barreras físicas y actitudinales.



ODS 8, 9 y 11

Invertir en instalaciones, tecnología y transporte con un acceso equitativo y asequible para todos, que beneficie tanto a turistas como a las comunidades locales.



ODS 4, 9, 11 y 13

Incluir el uso de las nuevas tecnologías en la optimización de procesos, la comunicación de la sostenibilidad turística y la construcción de destinos más inteligentes.



ODS 1, 8 y 10

Integrar y respetar a la comunidad local en la estrategia de la empresa: utilizar mano de obra y proveedores locales, valorar y promocionar la cultura local, proteger el entorno e invertir parte de las ganancias en impulsar el desarrollo y las infraestructuras locales.



ODS 8, 9 y 11

Promover las ciudades sostenibles, preservar el patrimonio cultural y natural de las ciudades de destino, fomentando las infraestructuras verdes y resilientes y contando con materiales y mano de obra local.



ODS 4 y 12

Sensibilizar y concienciar en relación a las pautas de producción y consumo responsable a todos los grupos de interés y desarrollar estándares y metodologías sostenibles comunes en relación al ciclo de vida de los servicios y productos turísticos.



ODS 6, 7, 13, 14 y 15

Conocer, evaluar y prevenir de forma continua los riesgos medioambientales en las actividades de la empresa, para convertirse en empresas bajas en carbono, que hagan un uso eficiente de los recursos naturales.



ODS 4, 7 y 13

Implantar sistemas de gestión certificados conforme a normas internacionales.



ODS 6, 13 y 14

Gestionar de forma sostenible y proteger los hábitats marinos y costeros en los lugares de destino, para prevenir y reducir la contaminación marina y tomar medidas para su restauración.



ODS 4, 13, 14 y 15

Poner en marcha medidas para concienciar a los turistas y comunidades locales en el cuidado del medioambiente, para no impactar sobre los paisajes, bosques y demás recursos naturales de los lugares de destino.



ODS 8 y 16

Desarrollar un código ético en la empresa, para asegurar una gestión responsable y transparente y un comportamiento ético de los miembros de la empresa en el desempeño de sus actividades.



ODS 8 y 12

Fomentar la responsabilidad social y la sostenibilidad en la cadena de suministro, formando, evaluando e introduciendo cláusulas contractuales a proveedores.



ODS 4, 8, 12 y 17

Extender los modelos de gestión y buenas prácticas de las empresas del sector en materia de responsabilidad social y sostenibilidad a través de jornadas, *workshops*, foros, debates, etc.



ODS 1, 2, 3, 4, 8 y 10

Realizar proyectos de cooperación enfocados en el desarrollo de las economías locales, que permitan mejorar las condiciones de vida del mayor número de personas posible.



ODS 17

Crear alianzas público-privadas con la sociedad civil, universidades, sector público y otras empresas del sector turismo u otros, para realizar proyectos que contribuyan al desarrollo del turismo sostenible.

HERRAMIENTAS PARA TRABAJAR LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

A continuación, se destacan las herramientas que desde Naciones Unidas se ponen a disposición de las empresas para trabajar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

SDG Compass: Guía que proporciona herramientas e información a las empresas para alinear sus estrategias, así como medir y gestionar su contribución a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Guía de Implantación de los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas:

La herramienta aporta conocimiento y formación, evalúa la situación actual en materia de Derechos Humanos e identifica las principales riesgos e impactos. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible están relacionados con los Derechos Humanos de forma directa.

Sistema de gestión de integridad y transparencia:

La herramienta aporta una solución práctica y sencilla para ayudar al sector privado a prevenir, detectar y dar respuesta a posibles prácticas de corrupción.

Business Call to Action: Iniciativa promovida por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que busca instar al sector privado a implementar modelos de negocio innovadores que combinen beneficio e impacto sobre el desarrollo.

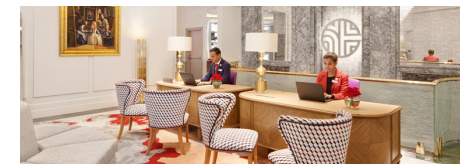
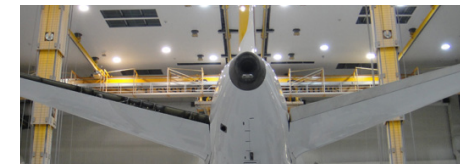
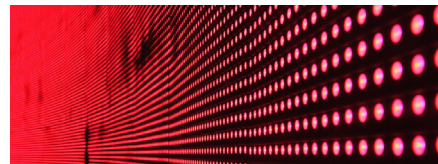
Sustainable Energy for All: Iniciativa de Naciones Unidas que agrupa a líderes de todos los sectores de la sociedad (gobiernos, empresas y sociedad civil) para trabajar juntos en pos de la transformación de los sistemas energéticos actuales.

Sustainable Development Knowledge Platform:

Plataforma de Naciones Unidas para compartir conocimientos y herramientas entre todos los actores del planeta, en relación a los ODS.

BUENAS PRÁCTICAS

Te invitamos a conocer las buenas prácticas de las empresas del sector
que ya están trabajando para conseguir alcanzar los Objetivos de
Desarrollo Sostenible.



ACERCA DE

Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO)
Pacto Mundial de Naciones Unidas





ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT/UNWTO)

La Organización Mundial del Turismo (OMT/UNWTO), organismo especializado de las Naciones Unidas, es una organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción y el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. En la actualidad está integrada por 157 países, 6 miembros asociados, 2 observadores permanentes y más de 500 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales.

PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

El Pacto Mundial de Naciones Unidas es la mayor alianza mundial de carácter público-privado a favor del desarrollo en la que 13.000 entidades de 145 países diferentes se unen para promover Diez Principios basados en declaraciones y convenciones universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas opera en España a través de la Red Española, que cuenta actualmente con más de 2.600 entidades adheridas a esta iniciativa de responsabilidad social empresarial: de las cuales el 12% son grandes empresas, el 72% son PYME y el 16% son otro tipo de entidades (tercer sector, sindicatos / asociaciones empresariales e instituciones educativas).



INICIATIVAS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

A continuación, se presentan las iniciativas que la Organización Mundial del Turismo está trabajando con las empresas del sector para conseguir alcanzar un turismo sostenible y responsable.

Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT: Es un marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible. Se trata de un conjunto de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico: gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas.

Compromiso del sector privado con el Código Ético Mundial para el Turismo: Este compromiso representa una declaración pública en nombre de una empresa o asociación turística del compromiso de cumplir los principios del Código e incorporarlos en su gobernanza corporativa.

El Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: La OMT ha elaborado una práctica guía sobre cómo el turismo puede contribuir, directa o indirectamente a la consecución de cada ODS. A través de ella las empresas pueden ver cómo sus acciones pueden influir en cada uno de los 17 ODS.

Sistema de Certificación UNWTO.TedQual: La Certificación UNWTO.TedQual está dirigida a Instituciones de educación, formación o investigación en turismo. A través de la definición de

unos estándares mínimos de calidad para la enseñanza turística, esta certificación facilita la mejora permanente de programas de educación, formación e investigación en turismo.

Iniciativa ST-EP: Esta iniciativa promueve el alivio de la pobreza a través del apoyo de proyectos de desarrollo sostenible llevados a cabo por la OMT en colaboración con socios del sector público y privado.

Hotel Energy Solutions (HES): Esta iniciativa proporciona herramientas para que las empresas hoteleras y dedicadas al alojamiento turístico puedan medir, evaluar y reducir su consumo energético y su huella de carbono.

Nearly Zero Energy Hotels (neZEH): Esta iniciativa europea ayuda a renovar hoteles para transformarlos en edificios de consumo casi cero a través de consultoría técnica y actividades de formación y capacitación.

Manuales y recomendaciones sobre turismo accesible: La OMT ha elaborado una serie de manuales sobre las herramientas y buenas prácticas para ayudar a las empresas a adquirir los conocimientos técnicos necesarios para hacer que las infraestructuras y los atractivos turísticos sean accesibles para todos.

INICIATIVAS DE PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

A continuación, se presentan algunas de las iniciativas específicas que la iniciativa de Naciones Unidas, Global Compact (Pacto Mundial de las Naciones Unidas) está promoviendo para ayudar a las empresas a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible:

Principios de Empoderamiento de la Mujer: Una iniciativa conjunta del Pacto Mundial de Naciones Unidas y ONU Mujeres que ofrece orientaciones a las empresas sobre cómo empoderar a las mujeres en el lugar de trabajo, los mercados y la comunidad.

Business for Peace: Iniciativa para reducir los conflictos y la inestabilidad en el mundo por parte del sector empresarial.

Principios sobre Agricultura Sostenible y Empresas:

Diseñados para promover la sostenibilidad en la agricultura y la alimentación.

CEO Water Mandate: Iniciativa orientada al desarrollo, implementación y divulgación de políticas y prácticas de sostenibilidad del agua.

Caring for Climate: Iniciativa para el Liderazgo Empresarial sobre cambio climático.

Business for the rule of law: Iniciativa para fortalecer el estado de derecho por parte del sector privado.





Capitán Haya, 42
28020 Madrid
(+34) 91 567 81 00

omt@unwto.org
unwto.org



Pacto Mundial
Red Española

Félix Boix, 14 - 4º B
28036 Madrid
(+34) 91 745 24 14

asociacion@pactomundial.org
pactomundial.org