



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

**IMPACTO DEL TURISMO EN LA  
ECONOMÍA ESPAÑOLA. NUEVOS  
RETOS Y AVANCES HACIA EL  
TURISMO SOSTENIBLE.  
ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD**

Autor: Macarena L. Meléndez Muñoz  
Director: Gloria Martín Antón

MADRID | Marzo 2024

## **Resumen**

El turismo juega un papel crucial en la economía española, con un impacto significativo en el Producto Interno Bruto (PIB) del país. Este Trabajo de Fin de Grado se centra en analizar el impacto macroeconómico del turismo en España, especialmente a través del análisis del PIB y su relación con la creciente demanda en este sector. Sin embargo, se presenta un nuevo desafío: la necesidad de apostar por la sostenibilidad en el turismo para garantizar su viabilidad a largo plazo. Se examina cómo esta tendencia hacia la sostenibilidad está afectando al sector turístico desde una perspectiva financiera y corporativa, centrándose en empresas españolas destacadas.

Se comparan las estrategias de sostenibilidad y su impacto financiero y corporativo. Se analizan sus informes de sostenibilidad, sus prácticas empresariales y su desempeño financiero para determinar cómo están abordando este nuevo reto. Se plantea la pregunta sobre si este enfoque hacia la sostenibilidad es el camino correcto a seguir para las empresas del sector turístico, considerando tanto sus implicaciones económicas como su responsabilidad social y medioambiental.

## **Palabras Clave**

Turismo, sostenibilidad, economía, estrategia, gestión, memorias corporativas, impacto social, EBITDA

## **Abstract**

Tourism plays a crucial role in the Spanish economy, with a significant impact on the country's gross domestic product (GDP). This graduate thesis focuses on analysing the macroeconomic impact of tourism in Spain, especially through the analysis of GDP and its relationship with the growing demand in this sector. However, a new challenge arises: the need to bet on sustainability in tourism to ensure its long-term viability. It examines how this trend towards sustainability is affecting the tourism sector from a financial and corporate perspective, focusing on prominent Spanish companies.

Sustainability strategies and their financial and corporate impact are compared. Their sustainability reports, business practices and financial performance are analysed to determine how they are addressing this new challenge. The question arises as to whether this approach to sustainability is the right path for tourism companies, considering both their economic implications and their social and environmental responsibility.

## **Key words**

Tourism, sustainability, economy, strategy, management, corporate memories, social impact, EBITDA

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	5
METODOLOGÍA.....	6
<b>CAPÍTULO 1. ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL PIB EN ESPAÑA .....</b>	<b>7</b>
1.    MARCO TEÓRICO .....	7
2.    ANÁLISIS .....	7
<b>2.1. Impacto del turismo en la economía española .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 2. SOSTENIBILIDAD.....</b>	<b>12</b>
1.    ESPAÑA SE ENFRENTA A NUEVOS RETOS .....	12
2.    TURISMO Y SOSTENIBILIDAD .....	13
<b>2.1. Dimensiones principios y conceptos .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. Objetivos de desarrollo sostenible .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Turismo sostenible en España.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4. Estrategia nacional.....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO 3. SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS .....</b>	<b>17</b>
1.    NUEVOS NEGOCIOS. GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS.....	17
2.    ANUARIO DE SOSTENIBILIDAD.....	19
<b>2.1. Sector hotelero .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2. Sector transportes.....</b>	<b>23</b>
3.    INFORMACIÓN FINANCIERA.....	24
<b>3.1. Melià Hotels International, S.A.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2. NH Hotel Group, S.A .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3. AENA S.M.E, S.A.....</b>	<b>28</b>
4.    MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD .....	30
<b>4.1. Concepto.....</b>	<b>31</b>
<b>4.2. Melià Hotels International, S.A.....</b>	<b>31</b>
<b>4.3. NH Hotel Group, S.A .....</b>	<b>33</b>
<b>4.4. AENA S.M.E, S.A .....</b>	<b>34</b>
<b>4.5. Análisis de este impacto sostenible.....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO 4: ANÁLISIS. POSIBLES AVANCES. CRÍTICAS. ....</b>	<b>36</b>
1.    PIB SOSTENIBLE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO .....	37
2.    CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO. ....	39
<b>2.1. Propuestas de resolución .....</b>	<b>41</b>
<b>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>43</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>47</b>

## INTRODUCCIÓN

La industria del turismo ha experimentado un crecimiento significativo a lo largo de los años, convirtiéndose en un pilar fundamental de la economía mundial. En la actualidad, el turismo abarca una amplia gama de actividades que van desde el ocio y la recreación hasta el turismo de negocios y turismo sostenible. Este fenómeno ha evolucionado en las últimas décadas, marcando cambios profundos en la forma en que las personas viajan, consumen y experimentan destinos turísticos.

En el contexto de la economía española, el turismo ha desempeñado un papel relevante en el crecimiento y desarrollo económico del país. El Producto Interno Bruto (PIB) de España ha experimentado un notable aumento gracias al impacto del turismo, que se ha convertido en uno de los principales motores de la economía nacional. Este sector no solo genera ingresos significativos a través de la llegada de turistas nacionales e internacionales, sino que también impulsa la creación de empleo y el desarrollo de las industrias e infraestructuras.

Sin embargo, es crucial analizar no solo la contribución económica del turismo, sino también su impacto en la sostenibilidad a largo plazo. A pesar de los beneficios económicos que aporta, el turismo puede tener efectos negativos en el medio ambiente, la cultura local y las comunidades. Por lo tanto, es fundamental abordar la sostenibilidad en el turismo, buscando un equilibrio entre el crecimiento económico, la protección del medio ambiente y el bienestar social.

En este sentido, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas proporcionan un marco importante para guiar las políticas y prácticas en el sector turístico. Será necesario que se adopten enfoques innovadores y sostenibles en la gestión de destinos turísticos, promoviendo prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales. Esto incluye el desarrollo de nuevas empresas turísticas que integren principios de sostenibilidad en sus modelos de negocio, así como la implementación de informes de sostenibilidad por parte de los principales grupos hoteleros y empresas turísticas. Es decir, este nuevo enfoque del turismo traducido en parte en nuevas políticas estratégicas desarrolladas por los grandes sectores y principales beneficiarios, tendrán que ser analizados para comprobar si realmente esto puede resultar en un enfoque positivo o negativo.

Mirando hacia el futuro, es fundamental abordar los desafíos y oportunidades que presenta el turismo sostenible. Esto requiere un enfoque global que considere no solo los aspectos económicos, sino también los sociales y ambientales del turismo. Además, es necesario fomentar la colaboración entre los sectores público y privado, así como la participación de las comunidades locales y los turistas en la promoción de prácticas turísticas sostenibles. En última instancia, el éxito del turismo sostenible dependerá de la capacidad para encontrar un equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación de los recursos naturales y culturales para la sociedad futura.

## **METODOLOGÍA**

En este trabajo, se ha elegido una metodología estructurada. En primer lugar, se empleará un enfoque deductivo que permita partir de extractos generales sobre la sostenibilidad y su relación con el turismo para llegar a conclusiones específicas sobre su impacto económico y las estrategias empresariales. A partir de ahí se enfocará desde lo general a lo particular, para facilitar la comprensión y la interpretación de los resultados.

En términos de fuentes de información, se utilizarán principalmente informes académicos previos sobre sostenibilidad en el turismo. Estos documentos proporcionarán una base sólida de conocimientos teóricos para fundamentar el análisis y las conclusiones del trabajo. Además, se considerará la consulta de informes corporativos y datos estadísticos relevantes para respaldar los argumentos y enriquecer el análisis macroeconómico.

La metodología también incluirá un análisis comparativo de casos de estudio que permita examinar cómo diferentes empresas turísticas han abordado la integración de prácticas sostenibles y cómo esto ha afectado a su situación económica y a la viabilidad de los nuevos planes de negocio en el sector.

Finalmente, se llevará a cabo una revisión de la situación actual del turismo en relación con la sostenibilidad, centrándose en las tendencias emergentes, los desafíos y las oportunidades para el desarrollo sostenible en el sector. Este análisis proporcionará un contexto relevante para entender cómo están evolucionando las prácticas empresariales y a las demandas de sostenibilidad y cómo estas están dando forma al futuro del turismo a nivel global.

# CAPÍTULO 1. ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL PIB EN ESPAÑA

## 1. MARCO TEÓRICO

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo, cito de manera textual, “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

Este desplazamiento de personas provoca un crecimiento de los indicadores macroeconómicos como el PIB de gran consideración e incide en los elementos culturales, sociológicos y económicos de un país. El PIB está formado por el consumo, la inversión, el gasto y las exportaciones netas, por lo que si hay una mejora positiva en ellos también existirá una mejora en la sociedad y un incremento en la generación de empleo (Expansión, 2024).

## 2. ANÁLISIS

El Productor Interior Bruto (PIB) ha sufrido cambios en el último trimestre del año pasado, 2023, alcanzando una cifra de crecimiento del 0,4% lo que supone una décima porcentual más que el segundo trimestre del mismo año y una variación interanual de un 2%. Esto supone una cifra total de 362.266 millones de euros de septiembre a diciembre de 2023, situando a España en el puesto global número 15 de países por volumen de PIB.

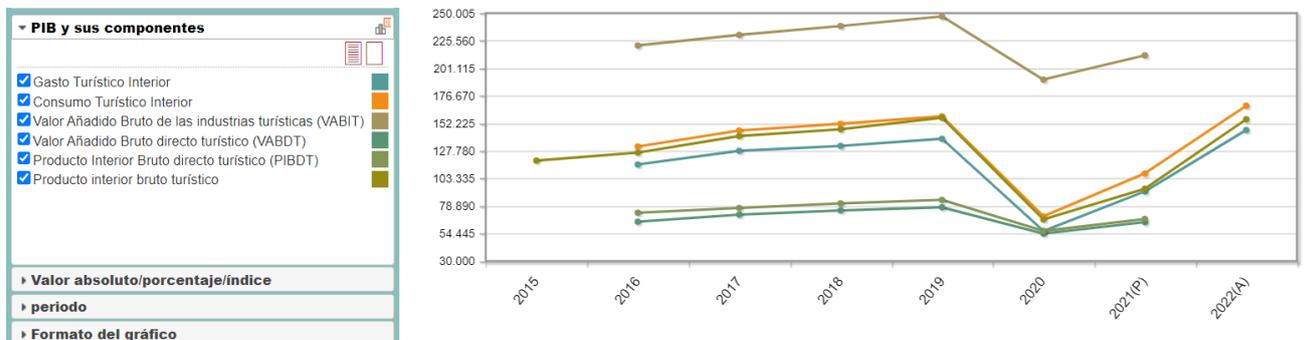
Teniendo como base estos datos objetivos es necesario analizar qué porcentaje del PIB está realmente destinado al turismo y cuál es su impacto económico. Los grandes datos en este bloque pueden obtenerse de la Cuenta Satélite del Turismo Español (CSTE) conocida como “estadística de síntesis compuesta por un conjunto de cuentas y tablas, basadas en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, y que presenta los distintos parámetros económicos del turismo en España, para una fecha de referencia dada”.

Una de las principales variables que obtenemos de estas tablas estadísticas es el PIB turístico que engloba tanto el PIB directo como indirecto. El primero de ellos, la totalidad de actividades turísticas destinadas a esta industria concreta, tales como los alojamientos hoteleros o restaurantes; a diferencia del segundo, que engloba la repercusión que provoca el turismo en otras actividades productivas de la economía.

	2022(A)	2021(P)	2020	2019	2018	2017	2016	2015
<b>Gasto Turístico Interior</b>								
Precios corrientes: Millones de euros	146.354,5	91.735,1	56.533,8	138.622,6	132.255,3	127.895,6	115.709,2	..
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	..	..	..	..	..	..	..	..
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	..	..	..	..	..	..	..	..
<b>Consumo Turístico Interior</b>								
Precios corrientes: Millones de euros	168.024,3	107.736,2	69.664,0	158.577,8	151.910,4	145.963,0	131.668,9	..
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	..	..	..	..	..	..	..	..
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	..	..	..	..	..	..	..	..

\*Fuente: INE- Instituto Nacional de Estadística. CSTE. Obtenido de: <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/10/&file=03001.px>, 2024)

Estos datos nos proporcionan una visión completa e integral para comprender todos los componentes que influyen en la contribución del turismo en la economía. En primer lugar, la cifra de 146354,5 millones de euros en gasto turístico interior representa el gasto total de los residentes nacionales en actividades turísticas dentro del país durante el periodo de 2022. Por ello, refleja una cantidad contundente de dinero gastado en turismo y una alta demanda interna hacia todo tipo de servicios turísticos contribuyendo al crecimiento económico nacional con un aumento del PIB. Esto puede tener un efecto multiplicador en la economía porque genera ingresos adicionales, respecto de las principales industrias y estimular la actividad empresarial en otros sectores relacionados.



\*Fuente: INE- Instituto Nacional de Estadística. CSTE

## 2.1. Impacto del turismo en la economía española

Haciendo hincapié en la diferencia entre turismo directo e indirecto, es importante destacar que empresas concretas pertenecientes a la misma actividad mercantil, como la actividad turística, utilizan recursos de otros sectores productivos para su cadena valor y son conocidos como inputs intermedios. Es decir, hay una dependencia directa entre esas actividades productivas que permiten la inmersión de los inputs y la influencia de un sector distinto al sector del turismo, para que la riqueza generada en su proceso producción no se limite únicamente al valor único de sus productos o a un resultado inmediato exclusivo de sus actividades. La influencia se extiende al conjunto de los diferentes sectores económicos a través del consumo de esos inputs que pertenecen a otras ramas, así como proveer de factores productivos a otras empresas o instituciones para el desarrollo de su cadena de valor. (Cámara de Comercio de España, 2021, p. 3).

Por lo tanto, el impacto del turismo de la economía española no solo se reduce a un impacto directo, sino que bebe de todos aquellos que le proporcionan inputs para poder desarrollar su proceso productivo. No solo produce un impacto relevante en el PIB o genera servicios, sino que parte de la producción de esas actividades económicas que necesita el turismo depende de la demanda de insumos que realiza el sector turístico. (Cámara de Comercio de España, 2021).

Producto Interior Bruto directo turístico (PIBDT)								
Precios corrientes: Millones de euros	..	67.242,9	56.592,8	84.245,9	81.105,0	77.015,5	72.783,1	..
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	..	5,5	5,1	6,8	6,7	6,6	6,5	..
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	..	..	..	..	..	..	..	..
Producto interior bruto turístico								
Precios corrientes: Millones de euros	155.946,0	94.127,5	66.868,9	157.355,0	147.074,7	141.053,4	126.304,8	119.185,4
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	11,6	7,7	6,0	12,6	12,2	12,1	11,3	11,1
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	117,7	74,2	54,0	119,7	116,2	114,2	106,8	100,0

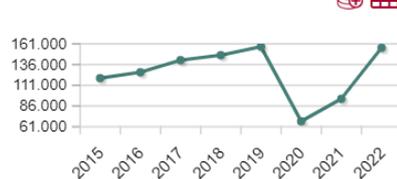
\*Fuente: INE- Instituto Nacional de Estadística. CSTE. Obtenido de <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/10/&file=03001.px> en febrero, 2024.

#### Aportación del turismo a la economía española. - Año 2022

	Valor	Porcentaje sobre el total
Aportación al PIB (millones de euros)	155.946 	11,6 
Aportación al empleo total (millones de puestos de trabajo)	1,95 	9,3 

#### Aportación al PIB (millones de euros).

Valor



\*Fuente: INE-Instituto Nacional de Estadística. CSTE. Obtenido de [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863) en febrero, 2024

Según los últimos datos a los que se puede tener acceso, los del año 2022, el turismo generó un impacto en la economía española de 155.946 millones de euros, lo que supone un 11,6% del conjunto del PIB del país.

Para poder analizar en mayor medida los datos arrojados en las tablas del CSTE del INE es necesario diferenciar los siguientes conceptos:

- Valor de la producción turística: es un indicador que representa el valor total de todos los bienes y servicios producidos en la economía de un país o región como resultado directo e indirecto de las actividades turísticas. Tiene en cuenta tanto los ingresos generados por los turistas nacionales como los internacionales, así como el gasto realizado por los propios residentes en actividades turísticas dentro de su propio país.
- Valor añadido bruto (VAB): es un indicador económico que representa el valor monetario generado por una industria o sector económico como resultado de su actividad productiva, una vez que se han deducido los costos directos asociados a la producción, como materias primas y servicios adquiridos a terceros. Es esa aportación de más al consumo de los inputs intermedios. (Cámara de Comercio de España, 2021, p.9). Es decir, el VAB mide la contribución económica neta de un sector concreto a la economía. Este indicador a su vez podemos subdividirlo en dos conceptos:

Valor Añadido Bruto de las industrias turísticas (VABIT)							
Precios corrientes: Millones de euros	..	212.836,2	191.237,2	247.454,6	238.930,8	230.996,4	221.584,8
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	..	..	..	..	..	..	..
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	..	..	..	..	..	..	..
Valor Añadido Bruto directo turístico (VABDT)							
Precios corrientes: Millones de euros	..	64.490,8	54.278,3	77.663,3	74.857,1	71.127,0	64.860,7
Precios corrientes: Porcentaje sobre el PIB	..	..	..	..	..	..	..
Precios constantes: Índices de volumen encadenados (referencia año 2015 = 100)	..	..	..	..	..	..	..

\*Fuente: INE-Instituto Nacional de Estadística. CSTE. Obtenido de: <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t35/p011/rev19/serie/l0/&file=03001.px>, en febrero, 2024.

- *Valor añadido bruto directo turístico (VABDT)*: hace referencia al efecto directo que produce la actividad primaria de la industria turística, con sus bienes y servicios. Incluye los elementos del valor total de la producción, el valor añadido y el empleo requerido. (Cámara de Comercio de España, 2021). En este caso, el valor de 64.490,8 millones de euros indica la contribución directa del turismo al PIB nacional. Este indicador es clave para comprender el impacto directo del turismo en la economía y un crecimiento positivo en el PIB.
- *Valor añadido bruto de las industrias turísticas (VABIT)*: efecto indirecto de la producción, el VAB y el empleo sobre aquellas ramas de la industria que no dependen de manera directa del turismo, pero sí que beben de él para generar bienes intermedios. (Cámara de Comercio de España, 2021). El valor de 212.836,2 millones de euros indica la suma total del valor agregado bruto generado por estas industrias en el proceso de producción de bienes y servicios turísticos. Representa una medida importante del impacto económico directo del turismo en la creación de empleo y la generación de ingresos dentro del país, nuevamente si la cifra crece y comporta una ratio positiva, el PIB también crece.

## **CAPÍTULO 2. SOSTENIBILIDAD**

### **1. ESPAÑA SE ENFRENTA A NUEVOS RETOS**

A lo largo de los últimos años hemos podido experimentar como las tendencias del sector turístico han ido cambiando y evolucionando. No sólo por una globalización evidente, sino también por nuevas tendencias tecnológicas que influyen en el comportamiento del consumidor. Es necesario que España se ponga a la cabeza de estas nuevas corrientes y sepa comprender en su estrategia turística que es aquello que el turista demanda. Ya no se busca la estacionalidad ni los destinos clásicos, sino lugares que permitan una experiencia diferente, menos burocracia, estancias más cortas e intensas y por supuesto a un precio inferior.

Es importante señalar que los subsectores turísticos, particularmente los hoteles y restaurantes, han liderado esta adopción de nuevas tecnologías como una estrategia fundamental para superar los desafíos de la crisis económica e introducir un nuevo concepto en sus planes de negocio, que aumenta su capacidad productiva y su diferencia competitiva. (Fernández Fernández, Lado Sestayo & Vivel Búa, 2017). Este nuevo concepto se denomina sostenibilidad y está marcando un hito y camino hacia nuevos retos y perspectivas de futuro.

España, como destino turístico líder a nivel mundial, se encuentra ante el desafío de abordar los nuevos retos asociados a la sostenibilidad en el sector turístico. Con una contribución significativa a la economía nacional, que se estima en 155.946 millones de euros, el turismo representa un pilar fundamental del crecimiento económico de España. Sin embargo, este impacto económico debe ser equilibrado con la necesidad de preservar los recursos naturales, culturales y sociales del país para garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Además del valor económico directo del turismo (VABDT), es crucial considerar el impacto indirecto que tiene en la economía española a través del valor añadido. Este valor no solo se refleja en los ingresos generados por las actividades turísticas en sí, sino también en los beneficios adicionales que se derivan de sectores relacionados, como la construcción, el transporte, la alimentación y el comercio minorista. Por lo tanto, la transición hacia un turismo más sostenible no solo contribuirá a preservar los recursos

naturales y culturales del país, sino que también fortalecerá la resiliencia y la competitividad de la economía española en su conjunto.

## 2. TURISMO Y SOSTENIBILIDAD

Para poder comprender de una manera más global lo que se conoce por turismo sostenible hoy en día, será necesario aproximarse en primer lugar al desarrollo sostenible en el ámbito de este sector y en el nuevo concepto que no parece del todo arraigado en la sociedad y necesita de ser examinado.

El concepto de sostenibilidad en el turismo se fundamenta en la idea de equilibrar el desarrollo económico, la conservación ambiental y el bienestar social en las actividades turísticas para garantizar su viabilidad a largo plazo.

Para garantizar esta viabilidad es necesario establecer una conexión entre el turismo como concepto puro en su esencia y su comparación con una visión económica sostenible. La comprensión del turismo con la sostenibilidad se entiende a medio y largo plazo con la capacidad para mantener la calidad de los recursos, porque el objetivo principal es mejorar la experiencia del cliente y garantizar la perpetuación del negocio turístico. En este sentido, el turismo sostenible se percibe principalmente como una estrategia para contrarrestar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, considerando la pérdida de rentabilidad en ciertos destinos. Actualmente el turismo tiende gradualmente hacia prácticas más sostenibles en respuesta a las demandas del mercado y la presión ambiental. (Bertoni, 2008).

### 2.1. Dimensiones principios y conceptos

Cada vez que la palabra sostenibilidad resuena en la cabeza de cualquier individuo seguramente aparecerán muchas ideas y diferentes conceptos relacionados entre sí, aunque inconexos, es por ello por lo que es necesario distinguir entre la sostenibilidad ambiental y la sostenibilidad económica.

Por un lado, la sostenibilidad ambiental, es a lo mejor el concepto que actualmente se asocia a lo que la sociedad posee en su mente como sostenibilidad. Se refiere a la conservación y protección de los recursos naturales y el medio ambiente en el contexto de las actividades turísticas. Esto incluye la gestión responsable de los ecosistemas frágiles, la reducción de la huella ecológica del turismo y la promoción de prácticas de turismo ecológico. (Weaver, 2018).

Por otro lado, no debemos dejar de lado la sostenibilidad económica, ya que ésta es la que recogerá todos los impactos económicos que este tipo de turismo está ofreciendo, si realmente se cumplen los objetivos o cómo se está distribuyendo la riqueza en los principales indicadores macroeconómicos. Se centra en la viabilidad financiera y el beneficio económico equitativo derivado del turismo. Esto implica la diversificación de la oferta turística, la distribución justa de los ingresos turísticos y la inversión en infraestructuras y servicios locales. (UNWTO, 2017).

En cuanto a los principios podemos destacar los siguientes, los cuales constituyen una base sólida para construir el futuro y orientar una práctica alcanzable en objetivos.

## **2.2. Objetivos de desarrollo sostenible**

Las pautas para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todos los tipos de turismo, incluido el turismo de masas y los segmentos turísticos diversos. El desarrollo turístico debe equilibrar los aspectos ambiental, económico y sociocultural según los principios de sostenibilidad para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Entonces, el turismo sostenible debe: (ONU Turismo, 2024)

1. Preservar los procesos naturales vitales y contribuir a la conservación de los recursos preservando la diversidad biológica, así como garantizar un uso eficiente de los recursos ambientales, que son fundamentales para el desarrollo óptimo del turismo.
2. Respetar los elementos sociales y culturales auténticos de las comunidades anfitrionas y promocionar su cultura y arquitectura.

3. Hay que asegurar que las actividades económicas sean sostenibles a largo plazo y que generen beneficios socioeconómicos justos para todos, incluidas oportunidades de empleo estable, servicios sociales para las comunidades principales y contribuciones a la reducción de la pobreza.

### *2.2.1. Promoción y economía circular*

Una vez hemos plasmado de manera clara los objetivos claros de la economía circular, se debe analizar la viabilidad de estos. La economía circular se basa en el concepto de reducir, reutilizar y reciclar recursos para minimizar el desperdicio y maximizar la eficiencia. En el contexto del turismo, esto implica repensar los modelos tradicionales de producción y consumo para mitigar el impacto ambiental y promover la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor para crear un mayor crecimiento económico. (Gastelumendi, Anna & Mora, 2019).

Paralelamente, la resolución aprobada por la Asamblea General de la ONU en 2022 sobre la promoción del turismo sostenible subraya la necesidad de garantizar que el turismo se desarrolle de manera sostenible y respetuosa con el medio ambiente y las comunidades locales. Reconociendo el papel fundamental del turismo como motor económico y de desarrollo, la resolución insta a los Estados miembros y a todas las partes interesadas a promover prácticas de turismo sostenible en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). No hay ninguna duda de que el turismo sostenible puede constituir un impulso importante para el motor económico de un país, aunque lo importante es optimizar todo el conjunto de los recursos disponibles sin perder su naturaleza y encontrando el equilibrio de maximización de beneficios y creación de empleo. (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2022).

## **2.3. Turismo sostenible en España**

En la actualidad, el turismo y la sostenibilidad en España han emergido como áreas de interés crítico debido a la creciente conciencia sobre la importancia de preservar el medio ambiente y proteger los recursos naturales. España, conocida por su rica diversidad cultural, paisajes impresionantes y playas diversas, ha experimentado un aumento

constante en la llegada de turistas en las últimas décadas. Este aumento ha generado preocupaciones sobre los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, como la degradación de ecosistemas débiles, la congestión en áreas turísticas populares y el agotamiento de recursos naturales.

Para abordar estas preocupaciones, España ha tomado medidas significativas para promover un turismo más sostenible y responsable. El gobierno español ha implementado políticas y programas destinados a mitigar los impactos ambientales negativos del turismo, fomentar prácticas de gestión sostenible en el sector y promover el turismo responsable entre los visitantes y las empresas turísticas. Además, se han establecido certificaciones de sostenibilidad, como la "Q de Calidad Turística" y la "Biosphere Responsible Tourism", que reconocen a las empresas y destinos que cumplen con estándares ambientales y sociales rigurosos. (Sánchez y Aguilar, 2018).

En España se está forjando el siguiente plan estratégico para alcanzar los objetivos planteados:

#### **2.4. Estrategia nacional**

El Gobierno español, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, está implementando la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, una hoja de ruta nacional que busca afrontar los desafíos de largo plazo del sector turístico. Este plan tiene como objetivo promover los tres pilares esenciales de la sostenibilidad: aspectos socioeconómicos, medioambientales y territoriales. Para lograrlo, se ha iniciado un proceso participativo en el que se está involucrando tanto al sector turístico como a las distintas comunidades autónomas (Ministerio de Industria y Turismo, 2024).

El propósito fundamental de esta nueva Estrategia es sentar las bases para transformar el turismo en España hacia un modelo de crecimiento sostenible y perdurable en el tiempo. De esta manera, se pretende conservar la posición de liderazgo global que ostenta el país en este sector. Este enfoque renovado se centrará en mejorar la competitividad y la rentabilidad de la industria turística, proteger los valores naturales y culturales únicos de los destinos, y asegurar una distribución equitativa de los beneficios y las cargas asociadas al turismo (Ministerio de Industria y Turismo, 2024).

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos, persisten desafíos en el camino hacia un turismo completamente sostenible en España. La pandemia de COVID-19 ha revelado la fragilidad del sector turístico y ha generado una oportunidad para replantearse el modelo turístico hacia uno más sostenible, centrado en la calidad sobre la cantidad y en la preservación de los recursos naturales y culturales. Se necesita una colaboración continua entre el gobierno, la industria turística, las comunidades locales y los visitantes para garantizar un equilibrio adecuado entre el desarrollo económico y la conservación ambiental en el sector turístico español. (Font y Buckley, 2020).

### **CAPÍTULO 3. SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**

#### **1. NUEVOS NEGOCIOS. GESTIÓN SOSTENIBLE DE EMPRESAS**

Es una meta clara que el turismo genere un efecto económico significativo y beneficioso para la economía general de un país. No obstante, históricamente no siempre se ha priorizado el desarrollo y la continuidad de las comunidades locales. Por esta razón, se está promoviendo una nueva forma de gestión que se concentra en alcanzar la sostenibilidad tanto para los residentes locales como para los visitantes, reconociendo la importancia de preservar y promover el bienestar tanto de la población local como de los turistas. (Font y Buckley, 2020).

Sin embargo, el enfoque tradicional de maximización de beneficios, aunque sigue siendo relevante, está experimentando una transformación significativa. Las empresas están evolucionando hacia una perspectiva más amplia, que considera no solo el aspecto financiero, sino también los impactos sociales y ambientales de sus actividades. Este cambio de paradigma implica adoptar estrategias empresariales más sostenibles y responsables, que no solo generen beneficios económicos, sino que también promuevan el bienestar de las comunidades locales y contribuyan a la preservación del medio ambiente. Esta nueva orientación no solo reportará mayores beneficios a largo plazo, sino que también aumentará la competitividad de las empresas en un entorno empresarial cada vez más consciente y exigente. (Martín Rojo, 2018)

	<b>Objetivos</b>	<b>Enfoque</b>
Antiguamente	Acción social por solidaridad	Altruismo
En los 2000	Amplio espectro de personas: acciones sociales	Comunicación
Actualmente	Administrar manera efectiva compromiso social	Planificación
	Giro social con impacto directo en su actividad	Retos sociales estratégicos

*\*Fuente: elaboración propia a partir de (Martín Rojo, 2018).*

Podemos extraer las siguientes conclusiones sobre la tabla:

En primer lugar, un cambio de paradigma hacia un compromiso más estratégico. A lo largo del tiempo, se ha observado una transformación en la forma en que las empresas abordan su responsabilidad social, desde un enfoque inicialmente altruista y solidario, hasta una perspectiva más orientada a la comunicación en los años 2000, y finalmente hacia una gestión más estratégica y centrada en el impacto directo en la actividad empresarial actual. Esta evolución sugiere una mayor conciencia sobre la importancia de integrar el compromiso social en la planificación estratégica de la empresa.

En segundo lugar, un enfoque en la eficacia y la planificación a largo plazo. La actual tendencia hacia un compromiso social efectivo implica una mayor consideración de los resultados tangibles y medibles en términos de impacto social. Las empresas están adoptando un enfoque más riguroso y planificado, identificando los desafíos sociales relevantes y estableciendo metas específicas para abordarlos. Esta orientación estratégica refleja un cambio hacia una responsabilidad social más proactiva y enfocada en generar cambios significativos en la comunidad.

Por último, hay que destacar una mayor integración para con la actividad empresarial. A medida que las empresas reconocen la importancia de su compromiso social, están incorporando cada vez más estas iniciativas dentro de su actividad principal. Esto implica que el compromiso social ya no se percibe como una actividad separada, sino como una parte integral de la identidad y la visión de la empresa. Esta integración permite un impacto más profundo y sostenible en la sociedad, uniando los intereses empresariales con el bienestar social.

La tabla refleja cómo las empresas han evolucionado en línea con las nuevas tendencias, pasando de una visión de acción social superficial y poco comprometida a integrarla como parte central de su estrategia y como un objetivo fundamental a alcanzar

por todos los grupos que las conforman con un impacto transversal y directo en el día a día de sus actividades.

Si bien es cierto que el enfoque estratégico hacia la responsabilidad social y la sostenibilidad en el sector turístico cada día cobra más importancia, la manera en la que las empresas lo adoptan, varía. Algunas empresas turísticas han integrado de manera efectiva prácticas sostenibles en su modelo de negocio, mientras que otras pueden estar todavía en diferentes etapas de desarrollo. (Orozco Alvarado y Núñez Martínez, 2013).

Un ejemplo notable en el sector turístico es el Grupo Accor, una cadena hotelera internacional con una amplia presencia global. Accor ha adoptado una serie de iniciativas sostenibles en sus operaciones, que van desde la gestión de residuos y el ahorro de energía hasta la promoción del turismo responsable y la participación en programas comunitarios.

Accor ha implementado medidas para reducir su huella ambiental, como el uso de tecnologías de eficiencia energética y la implementación de políticas de gestión de residuos. Además, la empresa ha lanzado programas de capacitación para sus empleados sobre prácticas sostenibles y ha establecido asociaciones con organizaciones locales para apoyar proyectos comunitarios. (MEET IN, 2023).

## 2. ANUARIO DE SOSTENIBILIDAD

Resulta fundamental examinar si el reciente enfoque adoptado por multinacionales y diversas empresas, que integran la sostenibilidad en su operativa y estrategia, no solo representa un cambio estratégico, sino también si conlleva beneficios económicos tangibles. Tendrá que reflejarse si existe una relación directa o bien positiva o negativa entre la apuesta por la sostenibilidad y el margen de beneficio.

Para llevar a cabo esta evaluación, examinaremos el EBITDA de tres importantes empresas españolas que operan en el sector turístico y que también cotizan en Bolsa. El EBITDA es un indicador financiero obtenido de los estados financieros anuales de cada empresa y representa la totalidad de su capacidad productiva antes de deducir gastos financieros, impuestos, depreciaciones y amortizaciones. Este indicador nos proporcionará una visión del beneficio bruto de explotación, sin embargo, para una

evaluación completa, también será necesario combinarlo con un índice de análisis sostenible. (Martín Rojo, 2018).

Para poder medir la sostenibilidad y su realidad tangible se han desarrollado diferentes índices que miden una gran cantidad de industrias con una representación alta de compañías operantes en esos sectores. Uno de los índices más importantes a nivel mundial es el Dow Jones Sustainability Index. Este índice agrupa a varios índices de sostenibilidad que miden la actividad de diferentes empresas del panorama económico, social y medioambiental en la mayoría de los países del mundo (BBVA, 2024).

Todo comenzó en 1999 cuando, RobecoSAM y Dow Jones Indexes se unieron para crear los primeros índices de sostenibilidad del mundo, conocidos como Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI). Más tarde, en 2012, S&P Indices y Dow Jones Indexes se fusionaron para formar S&P Dow Jones Indices. Bajo esta nueva entidad, las empresas son seleccionadas para formar parte de los índices en base a una evaluación integral de sus prácticas económicas, ambientales y sociales. (Martín Rojo, 2018)

Cuatro años después de la creación de los DJSI, en 1999, SAM y Standard and Poor's (S&P), una destacada firma de análisis de negocios con sede en Estados Unidos, lanzaron la primera edición del Dow Jones Sustainability Index. Este índice se estableció con el propósito de evaluar y destacar el desempeño en sostenibilidad de las principales empresas a nivel global en diversos sectores industriales. (BBVA, 2024).

Una vez las empresas han sido seleccionadas por DJSI por dos indicadores clave: (Chapa, 2023).

- Su tamaño: es necesario obtener una calificación por encima del 10% para estar en representación de la industria concreta.
- Su capitalización bursátil: se tendrán que superar unas bases y criterios mínimos establecidos por S&P, una de las mayores compañías de rating del mundo.

Se llevarán a cabo un conjunto de evaluaciones y fuentes de información para medir la verdadera sostenibilidad de la empresa. Estos incluyen el Corporate Sustainability Assessment (CSA) (un cuestionario elaborado anualmente con la colaboración de las empresas con puntuación de 0-100), la documentación propia de las organizaciones, el

análisis de la información pública y la cobertura mediática, además de más datos proporcionados por la empresa. (S&P Global, s.f.).

Cada año, las empresas tienen la oportunidad de competir por una serie de premios categorizados como oro, plata y bronce, en función del porcentaje obtenido en la evaluación. De esta manera, el 1% más alto corresponderá a la categoría oro (puntos mínimos 60), el siguiente 1% al 5% será considerado plata (mínimo o igual a 57 puntos), y aquellas empresas ubicadas entre el 5% y el 10% se clasificarán como bronce (mínimo o igual a 54 puntos). Esta información se presenta de manera exhaustiva en un anuario anual, que incluye el catálogo de las diferentes industrias analizadas, las empresas seleccionadas y sus respectivos premios. (S&P Global, 2022).

Procederemos a analizar ahora el último anuario publicado, el de 2023, conocido por su nombre en inglés como “Sustainability Yearbook 2023”. En él 710 empresas han conseguido resultados óptimos para incluirse en el documento y solo 313 de ellas han conseguido las distinciones demostrar dentro de sus industrias un comportamiento mejorado y fortalecido en su sostenibilidad corporativa. (S&P Global, 2023).

En el último "Sustainability Yearbook", podemos sentirnos orgullosos del papel que está desempeñando el tejido empresarial español ya que 30 empresas españolas han logrado ser reconocidas, entre las que se encuentran Endesa, Banco Santander, BBVA, Iberdrola, Acciona o Telefónica. Dentro del sector turístico, destacan especialmente Meliá Hotels International, S.A, NH Hotel Group, S.A y AENA S.M.E. Las dos primeras son reconocidas como líderes mundiales en el ámbito hotelero, con una amplia presencia internacional que contribuye significativamente al impulso del turismo en España. Por otro lado, AENA S.M.E., responsable de la gestión y operación de los aeropuertos en el país, desempeña un papel fundamental en el movimiento de turistas, facilitando conexiones globales y sirviendo como punto de partida y llegada para viajeros de todo el mundo. Se destacan dos industrias principales en estas compañías, por un lado, el sector hotelero, resorts y cruceros; y, por otro lado, el sector transportes.

## **2.1. Sector hotelero**

Indudablemente, uno de los sectores más golpeados en los últimos años ha sido el sector hotelero, como consecuencia de la pandemia global de COVID-19. Esta crisis ha

generado un cambio abrupto en todas las áreas de operación, con situaciones imprevistas que han provocado un aumento en los precios. Es precisamente debido a esta transformación en las tendencias que la sostenibilidad emerge como un factor crucial para atraer a nuevos consumidores y captar inversiones adicionales de los interesados en la empresa.

Además, el aumento del Índice de Precios al Consumidor (IPC) y la inflación están impulsando la transición hacia un consumo de energías renovables en lugar de las no renovables, así como la mejora de la eficiencia energética, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por organismos internacionales.

Es fundamental también mantener un compromiso con el respeto a los derechos humanos de las comunidades locales, como por ejemplo la expulsión de la población residente en una determinada ciudad debido a la gentrificación, y asumir un enfoque de riesgo a largo plazo, teniendo en cuenta los riesgos climáticos, económicos y políticos, para adaptarse a un mundo en constante cambio, donde los consumidores son cada vez más exigentes y los destinos emergentes se hacen más prominentes.

En este sector destacamos las dos siguientes empresas españolas en el año 2023 (S&P Global, 2023).

- Meliá Hotels Internationals, S.A

Meliá Hotels Internationals es una destacada compañía multinacional española que ofrece servicios de hospedaje. Su sede principal se encuentra en Palma de Mallorca y se destaca por ser una de las pioneras en la implementación de sistemas de gestión modernos y orientados hacia el futuro, basados en tecnologías innovadoras. En la actualidad, la empresa opera más de 370 hoteles que están abiertos o en proceso de apertura en más de 41 países en todo el mundo. Está reconocida como una de las principales empresas del sector hotelero a nivel global, Meliá Hotels International cuenta con una extensa plantilla de empleados. La compañía está compuesta por diversas marcas que comparten similitudes, pero también presentan diferencias significativas entre sí, dirigidas a una amplia gama de público. (Martín Socías, 2017).

Obtuvo una puntuación de 74 puntos sobre 100 en el índice global (Top 1%) entrando en la categoría de medallas de oro (“Gold Class”) y por tanto se convierte en la empresa más sostenible de Europa en este sector.

- NH Hotel Group, S.A

NH Hotel Group es una cadena hotelera que gestiona aproximadamente 400 hoteles distribuidos en Europa, América y África. Destacando como líder entre las cadenas hoteleras españolas en términos de cantidad de hoteles y ocupando el segundo lugar en número de habitaciones. La empresa posee una cartera de hoteles que experimenta cambios continuos y ofrece una variedad de opciones a través de sus cuatro marcas de segmentación para sus establecimientos. (Sampérez Domínguez, 2017).

Obtuvo una puntuación de 70 puntos en el índice global (Top 10%) entrando en la categoría de medallas de bronce. (Bronze Class).

Hay que destacar los criterios y bases que se han tenido en cuenta para elaborar este índice en esta industria en concreto como son: las políticas medioambientales desarrolladas en ese país, los derechos humanos, las prácticas laborales, la ética empresarial (con sus respectivos códigos éticos) y si desarrollan estrategias de sostenibilidad implementadas en su Responsabilidad Social Corporativa que más adelante analizaremos.

## **2.2. Sector transportes**

El sector del transporte se compone de diversos subsectores, entre los cuales destaca el sector turístico debido a su considerable presencia. Es importante señalar que el sector turístico y el de transporte son interdependientes: el primero no podría subsistir sin los servicios e infraestructuras del segundo, y viceversa. Sin embargo, el sector del transporte ha experimentado un significativo declive debido a la pandemia de COVID-19. Aunque ha mostrado una notable recuperación en el último año, aún se requerirá tiempo para que los niveles de actividad vuelvan a ser los mismos que antes de la crisis sanitaria.

En este sentido, garantizar una conectividad efectiva entre todas las personas y turistas presenta desafíos importantes, ya que el sector enfrenta presiones financieras significativas. Además, es crucial mantener niveles óptimos de seguridad tanto para el personal como para los pasajeros, así como reducir las emisiones de carbono para cumplir con los estándares ambientales. La apuesta por la descarbonización no solo busca atraer

a nuevos consumidores, sino también retener a los existentes mediante un cambio de perspectiva hacia un transporte más sostenible y respetuoso con el medio ambiente.

En este sector destacamos a la siguiente empresa que conseguido colarse entre las mejores en sostenibilidad de este sector para el año 2023:

- AENA S.M.E, S.A:

Aena, S.A. es una empresa estatal que administra los aeropuertos y helipuertos de interés general en España. Además, a través de su filial Aena Internacional, está involucrada en la gestión de 15 aeropuertos en diferentes naciones. Aena Aeropuertos, S.A. fue establecida en diciembre de 2010, de acuerdo con el Real Decreto-ley 13/2010. Posteriormente, en julio de 2014, cambió su denominación a Aena, S.A. mediante la misma legislación. Además, en virtud de esta normativa, la entidad pública empresarial Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea pasó a llamarse Enaire y opera como una entidad independiente, encargándose exclusivamente de las competencias relacionadas con la navegación y el espacio aéreo, así como de la coordinación operativa nacional e internacional de la red de gestión del tráfico aéreo en el país (AENA, 2014).

Se encuentra situada como empresa relevante a destacar para ser incluido como miembro en el anuario anual de sostenibilidad teniendo en cuenta unos criterios reseñables, nuevamente como la dimensión medioambiental, la seguridad, la retención del cliente y la ética empresarial.

### 3. INFORMACIÓN FINANCIERA

Tal como se ha observado en los datos previos, las tres empresas españolas mencionadas exhiben un compromiso sólido y concreto con la sostenibilidad, y lo hacen de manera exitosa. Sin embargo, para determinar si existe una correlación positiva entre la sostenibilidad y posibles beneficios económicos, hemos seleccionado el indicador financiero EBITDA, sigue las siglas en inglés de “Earnings before interest, taxes, depreciatiation and amortization para realizar un análisis exhaustivo.

El EBITDA, es decir, los ingresos o ganancias de una empresa antes de restar todo tipo de intereses, impuestos, las amortizaciones de las inversiones por la pérdida de valor y las depreciaciones por el deterioro y el paso del tiempo. Es por ello por lo que este

indicador nos proporciona una información real sobre el rendimiento operativo de una compañía y el funcionamiento de diversos proyectos para una mayor comparación entre empresas del mismo sector si el camino recorrido es positivo o negativo. Su utilidad radica principalmente en determinar aquello que la compañía es capaz de desempeñar con todos sus recursos operativos y las estrategias implementadas, es decir, el núcleo del negocio de la compañía. (Bonmatí Martínez, 2018).

Relacionando esta información con la importancia del indicador podemos extraer lo siguiente (Banco Santander, 2024):

- Evaluación del rendimiento del negocio: el EBITDA nos proporciona una información valiosa para evaluar el rendimiento del negocio habitual, ya que muestra los resultados del proyecto sin considerar aspectos financieros o tributarios. Estas tres grandes empresas están obteniendo cifras positivas en este aspecto, por lo que las nuevas estrategias y el rendimiento focalizado de la empresa está actuando de manera correcta.
- Indicador de rentabilidad: el ebitda positivo que puedan presentar estas tres empresas importantes para el sector turístico, indica que los proyectos llevados a cabo son rentables en principio, lo que sugiere que el negocio está generando ingresos suficientes para cubrir sus costos operativos. Es decir, parece que las nuevas estrategias orientadas a una demanda mayor de cliente y a un negocio sostenible está funcionando.
- Comparación entre empresas del mismo sector: este indicador financiero también es útil para comparar el desempeño de diferentes empresas, ya que proporciona una medida estándar de la capacidad de generación de ingresos de cada proyecto, sin verse afectado por factores como la estructura de capital o las políticas fiscales. Si comparamos las tres empresas presentadas, observamos que se han llevado a cabo unos ingresos muy positivos y las actuaciones han reportado unos beneficios más que considerables en su estrategia de mercado y la nueva política corporativa y oferta hacia clientes desarrollada.

A continuación, se mostrará el EBITDA de las tres empresas seleccionadas en el sector turístico español para los últimos tres años y algunos datos destacados relacionados con los proyectos de sostenibilidad.

### **3.1. Melià Hotels International, S.A**

Se presenta como una de las empresas más consolidadas con la sostenibilidad en el mundo desde 2018 gracias a los índices y sus resultados.

Año 2023: (Melia Hotels International, 2024).

- Ebitda: 486,5 millones de euros (+16,2%)

En palabras de su presidente actual, Gabriel Escarrer Jaume:, cito de manera textual, “Un hito, (haciendo referencia a ser galardonado en la mayor categoría de sostenibilidad por S&P Global) que sin embargo no debe hacernos olvidar los innumerables retos que impone la situación climática o las demandas sociales, tanto a nivel nacional como internacional, todo ello bajo un entorno regulatorio de gobernanza y regulación impulsado por la Comunidad Económica Europea, con la ambición de avanzar ante los retos marcados por los ODS.

Año 2022: (Melia Hotels International, 2023).

- Ebitda: 431 millones de euros (+586,1%).
- Inversión de 2,2 millones de euros para alcanzar objetivos sostenibles, reducir las huellas de carbono y mejorar el consumo energético. Además, se tienen en cuenta todas las inversiones a realizar tras examinar previamente informes técnicos y dar viabilidad económica. Todas las inversiones son cuidadosamente evaluadas después de revisar informes técnicos para garantizar su viabilidad económica. Si la inversión no es factible o la empresa no tiene los recursos financieros necesarios para llevarla a cabo, se descarta la realización de esta.

En palabras nuevamente de Gabriel Escarrer: “Es necesario de manera eficiente su transformación, frente a las nuevas realidades y tendencias sociales y tecnológicas. Y, de manera especial, respecto a la digitalización, la sostenibilidad, la innovación y el

reposicionamiento de productos y experiencias, así como a la mayor eficiencia operativa que demanda el competitivo entorno económico (...)"

Año 2021: (Melia Hotels International, 2022).

- Ebitda: 61 millones de euros (+146,7%).

Según Gabriel Escarrer: "Durante 2021 hemos seguido avanzando en nuestro compromiso responsable, apostando por una clara defensa de los Principios del Pacto Mundial e impulsando el turismo responsable a través de iniciativas colaborativas, como la creación junto al World Travel and Tourism Council y la Sustainable Hospitality Alliance, de un Marco Básico de Sostenibilidad accesible a los hoteles del mundo alineado con la Declaración de Glasgow y los ODS."

### **3.2. NH Hotel Group, S.A**

Año 2023 (NH Hotel Group, 2023).

- Ebitda: 595,5 millones de euros

Citando de manera textual, según NH Hotel Group, en relación con lo recogido en su presentación de resultados financieros "Con esta puntuación, NH Hotel Group ve una vez más reconocida su visión de ubicar la sostenibilidad como un valor estratégico de la corporación, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década."

Año 2022 (NH Hotel Group, 2022).

- Ebitda: 518,6 millones de euros

Año 2021 (NH Hotel Group, 2021).

- Ebitda: 216,4 millones de euros

En este año, se llevó a cabo un análisis exhaustivo para identificar aquellos riesgos específicos pertenecientes a los criterios ESG (Environmental, Social and Governance) y además el grupo realiza anualmente un estudio y proceso de decisión para enfocar sus planes corporativos hacia una estrategia fuerte de Sostenibilidad.

### 3.3. AENA S.M.E, S.A.

Año 2023 (AENA, 2023):

- Ebitda: 3022,6 millones de euros (+38,8% interanual)
- Inversión/línea de crédito de 2.000 millones de euros para el “Sustainability-Linked RCF”, un crédito sostenible en el que la compañía apuesta para mejorar su apuesta por el medio ambiente, el gobierno corporativo y la responsabilidad social.

Año 2022 (AENA, 2023):

- Ebitda: 2.078,9 millones de euros

Año 2021 (AENA, 2021).

- Ebitda: 644,8 millones de euros (-9,8%)

	<b>Meliá Hotels International</b>	
	Ebitda	Variación %
Año 2023	486,5	16,2
Año 2022	431	586,1
Año 2021	61	146,7
	<b>NH Hotel Group</b>	
	Ebitda	Variación %
Año 2023	595,5	76,9
Año 2022	518,6	302,2
Año 2021	216,4	460
	<b>AENA</b>	
	Ebitda	Variación %
Año 2023	3022,6	38
Año 2022	2078,9	14,34
Año 2021	644	-9,8

*\*Fuente: Elaboración propia a partir de la información financiera de estas sociedades en sus cuentas anuales.*

Basándonos en los datos proporcionados sobre el EBITDA de Meliá Hotels International, NH Hotel Group y AENA a lo largo de los años 2021, 2022 y 2023, podemos extraer varias conclusiones:

- Tendencia general positiva: tomando una consideración global, se observa una tendencia positiva en el EBITDA de las tres compañías a lo largo de los tres

años analizados. Esto sugiere un buen desempeño financiero y operativo en el período de tiempo considerado.

- Significativas fluctuaciones en el EBITDA. Sin embargo, es importante destacar los cambios de tendencia relevantes en el EBITDA de algunos años a otros, especialmente en el caso de NH Hotel Group y AENA. Estas variaciones pueden deberse a diversos factores, como cambios en la demanda precisamente por cambio de tendencias en los consumidores hacia un producto más sostenible, inversiones estratégicas de nuevas políticas corporativas y sin duda eventos externos, como la pandemia de COVID-19.
- Impacto de la pandemia: La disminución del EBITDA en el año 2021 para AENA y Meliá Hotels International sugiere un impacto negativo de la pandemia en el sector turístico y de transporte aéreo. Sin embargo, la recuperación en los años posteriores indica una capacidad de adaptación y resiliencia ante los desafíos. A raíz de la pandemia tuvo lugar una respuesta social inesperada, se produjo un incremento de los viajes debido a la sensación de no aprovechamiento del tiempo y por lo tanto, la demanda mejora porque se ha transformado.
- Importancia del EBITDA positivo: la tendencia general positiva en este indicador financiero refleja la importancia de mantener un ebitda positivo para el buen funcionamiento de las empresas. Es decir, nos indica que la empresa está generando suficientes ingresos operativos para cubrir sus gastos operativos y financieros, lo que contribuye a su estabilidad financiera y su capacidad para reinvertir en el negocio, pagar deudas y generar valor para los accionistas.

Si comparamos los datos del EBITDA de Meliá Hotels International, NH Hotel Group y AENA con el Producto Interno Bruto (PIB) turístico, podemos establecer las siguientes conexiones:

- Impacto en el PIB turístico: Las empresas del sector turístico, como Meliá Hotels International y NH Hotel Group, juegan un papel importante en la generación de ingresos dentro de la industria turística. Un EBITDA positivo

en estas empresas sugiere una salud financiera sólida, lo que puede contribuir al crecimiento del PIB turístico al reflejar una mayor actividad económica en el sector.

- Conexión con la infraestructura de transporte: AENA, como empresa encargada de la gestión de aeropuertos, es crucial para facilitar el transporte de turistas. Un EBITDA positivo en AENA puede indicar una alta demanda de viajes aéreos y una infraestructura de transporte eficiente, lo que también puede impulsar el crecimiento del PIB turístico al facilitar la llegada y salida de turistas.
- Indicador de la salud del sector turístico: el ebitda positivo en empresas clave del sector turístico indica una sólida rentabilidad y gestión financiera, lo que sugiere un entorno empresarial favorable dentro del sector. Esto puede tener un impacto positivo en la confianza de los inversores y la creación de empleo, contribuyendo así al crecimiento del PIB turístico.

Partiendo de la premisa de que un aumento en el EBITDA de las empresas está vinculado a un mejor desempeño operativo, y considerando además que una gestión sostenible puede potenciar aún más estos resultados, hemos constatado que las tres empresas analizadas, incluidas en el Dow Jones Sustainability Index y destacadas en el Anuario de Sostenibilidad, han experimentado significativas mejoras en su desempeño operativo y márgenes de beneficio. Esto se refleja claramente en sus EBITDA positivos en los últimos años. (Martín Rojo, 2018).

#### 4. MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD

Una vez hemos recopilado y examinado la información concerniente al desempeño financiero de las empresas, es crucial también analizar cómo las estrategias de sostenibilidad, que les han valido reconocimiento, se materializan. Nos enfocamos en comprender su contenido, las implicaciones para la empresa y las metas que se aspira alcanzar mediante las elecciones estratégicas. Por ende, procedemos a resaltar los aspectos más relevantes de los informes de sostenibilidad.

## **4.1. Concepto**

Un informe de sostenibilidad es un documento integral en el cual las empresas detallan sus políticas en materia de sostenibilidad. Este abarca aspectos que van desde el impacto medioambiental y las interacciones con las comunidades locales, hasta el gobierno corporativo y un enfoque de gestión diferenciado. Aunque las empresas están obligadas a presentar sus estados financieros, principalmente sus cuentas anuales, los informes de sostenibilidad ofrecen una capa adicional de transparencia. Unido a ello, estos informes proporcionan una visión más completa y detallada de las actividades empresariales, incluyendo su desempeño social y ambiental, lo que permite una evaluación más holística de los riesgos y un compromiso más directo con los grupos de interés. En la actualidad, la toma de decisiones no se basa únicamente en datos financieros, sino que también se tienen en cuenta consideraciones a largo plazo y riesgos potenciales asociados. (Ecovadis, s.f.).

Es por ello por lo que cobra vital importancia la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) definida como una acción voluntaria de empresas que satisface las necesidades actuales sin entorpecer a las generaciones futuras para lograr un desarrollo y alcanzar objetivos basados en valores concretos y principios sociales. Estos enfoques sostienen que las empresas no solo deben obtener el máximo beneficio económico, sino que también deben generar valor para la sociedad a través de su actividad. Incluso al final, obtener el máximo beneficio previsto en un tiempo ilimitado requiere que la empresa se adapte a su entorno y cumpla con las expectativas de los grupos de interés, no solo en términos económicos, sino también en otros aspectos. (Martin Rojo, 2018)

A continuación, se expondrán los aspectos más relevantes de las memorias de sostenibilidad de las empresas que se están analizando.

## **4.2. Meliá Hotels International, S.A**

Meliá recoge anualmente su memoria de sostenibilidad integrada dentro de su informe de gestión, como obligación de presentar una memoria de información no financiera.

La mayor conciencia brinda a las empresas turísticas una gran oportunidad para demostrar nuestro compromiso social y medioambiental, impulsando una digitalización

responsable y promoviendo la diversidad, la inclusión y la formación y desarrollo de las personas, generando empleo de calidad y contribuyendo a dejar un impacto positivo en los destinos, en cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad. Por lo tanto, los avances logrados en esta área a lo largo de 2022 les han permitido posicionarnos en el Top 1% del sector en el Corporate Sustainability Assessment (CSA) de S&P Global en 2022, tal y como se ha detallado supra (Melia Hotels International, 2022).

Destacamos cuatro pilares básicos en la formación del plan de sostenibilidad de Melià. (Melia Hotels International, 2022).

- La sostenibilidad es un componente integral del modelo de negocio, formando parte esencial de la cadena de valor. Esto permite al cliente compartir los mismos valores y expectativas que la empresa.
- Es fundamental satisfacer las demandas de todos los tipos de clientes, incluyendo aquellos que valoran la sostenibilidad. La empresa debe garantizar que la sostenibilidad se perciba en todos los servicios ofrecidos, brindando experiencias que reflejen un compromiso diferencial con el medio ambiente.
- Se establece una política de inversiones sólida, respaldada por un comité especializado que lleva a cabo un riguroso análisis técnico y económico para garantizar la viabilidad de cada inversión. Esto busca lograr resultados óptimos y crear valor para los stakeholders.
- Se crea un Comité de Sostenibilidad dedicado a implementar la visión de negocio responsable. Esta visión se define como: "Liderar la transformación del modelo turístico hacia uno más sostenible, integrando los criterios ESG en el modelo de negocio y generando valor económico, medioambiental y social a corto, medio y largo plazo".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Si se desea información más detallada, consúltese:

[https://www.meliahotelsinternational.com/es/shareholdersAndInvestors/IntegratedRepDocs/Informe%20Fro%20Anual%20Grupo%20MHI%202022%20\(con%20informes%20DIT\).pdf](https://www.meliahotelsinternational.com/es/shareholdersAndInvestors/IntegratedRepDocs/Informe%20Fro%20Anual%20Grupo%20MHI%202022%20(con%20informes%20DIT).pdf)



*\*Fuente: Melià Hotels International (Melià, 2022).*

### 4.3. NH Hotel Group, S.A

Esta empresa es otra de las cadenas hoteleras españolas de referencia, conocida en el plano nacional e internacional y con un desarrollo de negocio consolidado a lo largo de las décadas con un posicionamiento claro.

A diferencia de Melià, esta compañía sí presenta una memoria de sostenibilidad en un documento separado dentro de su estado de información no financiera consolidado. Destacamos lo más significativo: (NH Hotel Group, 2023)

- Estrategia de “Sustainable Business”: comprender las perspectivas de valor de los clientes y en compartir una visión común con ellos. No se trata solo de ofrecer productos o servicios sostenibles, sino de involucrar activamente a los clientes en el proceso, asegurando que sus necesidades y preocupaciones sean atendidas de manera integral.
- Gobierno corporativo responsable: comités ejecutivos que implementarán la política de sostenibilidad basada en unos principios generales de ética, responsabilidad y buen gobierno. Su función es garantizar la integración efectiva de la sostenibilidad en todas las áreas de la empresa. Desde los altos mandos hasta los departamentos operativos, todos deben adherirse a estos principios, convirtiéndose en un eje transversal que guía las decisiones de la organización.
- Ser una compañía líder en el sector de la sostenibilidad. Además de cumplir con los estándares establecidos, también innovar y liderar iniciativas que impulsen el progreso en materia de sostenibilidad. Se trata de ir más allá de las expectativas

del mercado y de establecer nuevos estándares de excelencia en la gestión sostenible.<sup>2</sup>

#### **4.4. AENA S.M.E, S.A**

Aena, empresa líder en transporte de viajeros, ha aparecido por primera vez en el Dow Jones Sustainability Index y presenta su estrategia de sostenibilidad en su Informe de Gestión Anual, en su estado de información no financiera. Se puede resaltar lo siguiente (Aena, 2022)

- Plan de Acción Climática y Estrategia de Sostenibilidad 2021-2030: se posiciona como un componente central y transversal de las políticas de la empresa. Se enfoca en proporcionar información exhaustiva y precisa sobre cómo la empresa tiene que integrar la sostenibilidad en todas sus operaciones y decisiones.
- Sostenibilidad y cambio climático: urgencia y necesidad de trabajar todos de manera conjunta en el impacto climático de sus actividades. Es esencial que todos los actores involucrados se unan en un esfuerzo común. Un enfoque hacia una respuesta común y coordinada para hacer frente a las amenazas del cambio climático y avanzar hacia un futuro sostenible.
- Comisión de Sostenibilidad: formación entre todos los directivos. Fijar los objetivos, verificar si la política se está cumpliendo. Consecución de los ODS. Coordinación para una acción social.

#### **4.5. Análisis de este impacto sostenible**

Las empresas como Meliá, NH y AENA han demostrado un compromiso sólido y tangible con la sostenibilidad, integrándola como un elemento fundamental en sus modelos de negocio. Esto refleja una comprensión profunda de la importancia de la

---

<sup>2</sup> Si se desea información más detallada, consúltese Memoria de Sostenibilidad 2023: <https://www.nh-hotels.com/corporate/assets/uploads/2024/02/12125557/NH-Hotel-Group-EINF-2023-Memoria-de-Sostenibilidad.pdf>

sostenibilidad en la cadena de valor, reconociendo su impacto tanto en la rentabilidad a largo plazo como en el buen hacer de la empresa.

Satisfacer la demanda de una amplia gama de clientes, además aquellos que valoran la sostenibilidad, es la prioridad ahora mismo para estas empresas, puesto que es el nuevo reto al que enfrentarse y el foco donde centrar el cambio. Al integrar la sostenibilidad en todos los aspectos de los servicios y operaciones, estas tres empresas demuestran su compromiso con la creación de valor para los clientes, así como con la protección del medio ambiente y la sociedad en general.

Relacionando esto con el turismo sostenible y su impacto en el PIB podemos observar cómo estas empresas están contribuyendo positivamente a la economía al adoptar prácticas sostenibles. El turismo sostenible no solo promueve la conservación del medio ambiente y la cultura local, sino que también genera empleo y riqueza para las comunidades. Al integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio, empresas como fortalecen la competitividad del sector turístico y contribuyendo al crecimiento económico sostenible. Esto se traduce en un mayor valor añadido al PIB, ya que las prácticas sostenibles generan beneficios económicos tanto a corto como a largo plazo, impulsando el desarrollo económico de manera responsable y equitativa.

Las prácticas sostenibles adoptadas por empresas como Meliá, NH y AENA no solo tienen un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental y social, sino que también contribuyen significativamente al crecimiento económico sostenible y, por lo tanto, al PIB. Al integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio, estas empresas están generando beneficios económicos a largo plazo que se reflejan en el aumento del PIB de las regiones donde operan.

	<b>Informe RSC</b>	<b>Código Ético</b>	<b>ODS</b>	<b>Resultado financiero</b>	<b>Memoria sostenibilidad</b>
Melià Hotels International	Integrado	Sí	Sí	Positivo	Sí
NH Hotel Group	No, consolidado	Sí	Sí	Positivo	Sí
AENA	Sí	Sí	Sí	Positivo	Sí

*\*Fuente: elaboración propia*

## **CAPÍTULO 4: ANÁLISIS. POSIBLES AVANCES. CRÍTICAS.**

Es innegable reconocer que el turismo desempeña un papel fundamental como motor económico en nuestro país, como lo revelan los datos proporcionados por el INE. Este sector representa una contribución económica significativa, siendo indispensable para la generación de un PIB robusto y la creación de empleo en toda la nación. Los datos del INE nos muestran claramente su impacto positivo en la economía española, con cifras récord que representan casi el 12% de la producción total de bienes y servicios.

Al combinar esta destacada actividad económica con una gestión sostenible de los recursos, se fomenta la diversificación económica y se atraen turistas que valoran experiencias respetuosas con el medio ambiente y las comunidades locales. Sin embargo, en las últimas décadas ha surgido la urgente necesidad de implementar políticas que no solo contribuyan económicamente, sino que también promuevan la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural. Es crucial llevar a cabo acciones concretas, como la construcción de hoteles sostenibles, tales como los de Melià y NH, y la implementación de planes estratégicos tangibles, tales como los de AENA, en línea con los principios establecidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y las metas de desarrollo sostenible de la ONU. La falta de desarrollo y planificación podría resultar en una falta de interés hacia el progreso económico, pero gracias al compromiso y la iniciativa de empresas como analizadas supra, se ha evidenciado la necesidad de una acción individual sólida para impulsar el crecimiento integral del país. (Orozco Alvarado y Núñez Martínez, 2013).

La adopción de prácticas de sostenibilidad en el sector hotelero y de transportes ha supuesto una transformación significativa en la forma en que operan estas empresas. En primer lugar, ha generado una ventaja competitiva relevante por destacar entre la competencia como una opción más atractiva para los clientes conscientes del medio ambiente y socialmente responsables. Al satisfacer la demanda de clientes más comprometidos con la sostenibilidad, estas empresas han logrado posicionarse de manera más efectiva en el mercado y ganar una mayor cuota de este. Además, la implementación de medidas sostenibles ha resultado en la obtención de premios y reconocimientos, (como se ha podido observar en el Anuario de Sostenibilidad y el Dow Jones Sustainability Index) lo que refuerza aún más su reputación y credibilidad en la industria. También a nivel fiscal y económico se plasman beneficios significativos, como incentivos en la

tributación y reducción de costos operativos a largo plazo debido a la eficiencia energética y la gestión de recursos. Aun así, es importante destacar que obtener certificaciones de sostenibilidad puede ser un proceso complejo y burocrático, que requiere tiempo y gestión presupuestaria, pero a pesar de estos desafíos, los beneficios de reconocimiento social derivados de la adopción de prácticas sostenibles hacen que valga la pena el esfuerzo y la inversión a largo plazo. (Valenzuela Rubio, 2017).

## 1. PIB SOSTENIBLE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Partiendo de la premisa de que un aumento en el EBITDA de las empresas está vinculado a un mejor desempeño operativo, y considerando además que una gestión sostenible puede potenciar aún más estos resultados, hemos constatado que las tres empresas analizadas, incluidas en el Dow Jones Sustainability Index y destacadas en el Anuario de Sostenibilidad, han experimentado significativas mejoras en su desempeño operativo y márgenes de beneficio. Esto se refleja claramente en sus EBITDA positivos en los últimos años. (Martín Rojo, 2018). Es decir, los informes de sostenibilidad corporativos generan un valor añadido financiero a las empresas traducido en un mayor margen de beneficio y un mayor interés por la inversión sostenible que un futuro se trasladará a un crecimiento del PIB.

Las empresas, en su esencia, han sido diseñadas para alcanzar un objetivo claro: maximizar el valor. Sin embargo, este propósito va más allá de simplemente satisfacer las necesidades de los accionistas (shareholders) y atraer inversiones; también implica generar confianza y satisfacción entre los stakeholders, aquellos grupos que tienen un interés en las operaciones y resultados de la empresa. Este enfoque hacia los stakeholders es crucial no solo para mantener la viabilidad financiera de la empresa, sino también para contribuir al crecimiento sostenible del valor a largo plazo. Por lo tanto, es fundamental que exista una correlación entre los datos financieros internos, que reflejan el desempeño económico puro de la empresa, y los datos externos relacionados con la gestión empresarial social y la responsabilidad social corporativa. Esta correlación facilitará el flujo de recursos financieros y fortalecerá el vínculo entre la esfera financiera y la esfera social de la empresa, impulsando así su crecimiento y desarrollo integral. (Correa y Hernández, 2017).

Con todo ello podemos fundamentar que existe un análisis axiomático basado en la relación entre una gestión sostenible de recursos y el EBITDA positivo, que sugiere una serie de conexiones que pueden extrapolarse al impacto en la creación del beneficio de explotación, el valor del sector turístico y el crecimiento PIB.

En primer lugar, cuando una empresa turística implementa prácticas sostenibles en la gestión de sus recursos, como la eficiencia energética, la reducción de residuos y el fomento de la responsabilidad social, tiende a optimizar sus operaciones y costos. Esto puede reflejarse en un EBITDA positivo, ya que la eficiencia operativa y la reducción de costos contribuyen a generar mayores ingresos en relación con los gastos. Unido a ello, a medida que el margen neto de la empresa aumenta, es lógico esperar que también aumente la creación de beneficio de explotación. Un EBITDA positivo indica que la empresa está generando beneficios antes de considerar los costos financieros e impuestos, lo que sugiere que existe un margen saludable para generar beneficios netos una vez que se deducen estos costos.

El aumento en la creación de beneficio de explotación puede tener un impacto directo en el valor del sector turístico en su conjunto. Las empresas con un desempeño financiero sólido tienden a ser más atractivas para los inversores y los consumidores, lo que puede fortalecer la confianza en el sector y atraer más financiación. Esto, a su vez, puede impulsar el crecimiento del sector turístico, ya que las empresas pueden expandirse, mejorar sus servicios y contribuir al desarrollo de destinos turísticos.

Por último, el crecimiento del sector turístico puede influir positivamente en el crecimiento del PIB de un país o región. El turismo es una importante fuente de ingresos y empleo en la economía española, y un sector turístico próspero puede contribuir significativamente al crecimiento económico general. Por lo tanto, el aumento en el valor del sector turístico como resultado de una gestión sostenible de recursos y un EBITDA positivo puede tener un impacto positivo y una tendencia creciente en el aumento del PIB.

En resumen, el análisis axiomático sugiere que existe una relación directa entre la gestión sostenible de recursos, el EBITDA positivo, la creación de beneficio de explotación, el valor del sector turístico y el crecimiento del PIB. Una empresa que apuesta por la sostenibilidad puede generar beneficios financieros tangibles que no solo mejoran su desempeño individual, sino que también contribuyen al crecimiento y desarrollo económico más amplio en el sector turístico y la economía en general.

La influencia de este desempeño positivo con influencia de una gestión sostenible tiene un impacto significativo en el crecimiento del turismo de la siguiente manera:

## 2. CAMBIO DE MODELO ECONÓMICO.

Hemos examinado detenidamente las tres empresas desde una perspectiva corporativa, evaluando tanto su estrategia de sostenibilidad como sus aspectos financieros. Esta aproximación integral nos ha permitido obtener una visión más completa y matizada de su desempeño empresarial. Este enfoque multifacético representa un cambio significativo en los modelos de negocio tradicionales, ofreciendo una mirada más holística y proactiva hacia la sostenibilidad y la rentabilidad a largo plazo. Ahora, es crucial cuestionarnos si estamos realmente en el camino correcto, si nuestras acciones están contribuyendo de manera efectiva y sostenible a la economía y al medio ambiente, o si estas estrategias adoptadas por las empresas turísticas son simplemente esfuerzos tácticos sin un impacto significativo a nivel macroeconómico. Es el momento oportuno para reflexionar sobre la necesidad de un cambio de paradigma en todo el sector turístico, adaptándose a las nuevas demandas de los clientes y abogando por una gestión más sostenible de los destinos.

Ha quedado plasmado de manera clara la complementariedad que existe entre la gestión sostenible y la búsqueda del crecimiento económico en el sector turístico. Sin embargo, empresas de tales magnitudes no podrán ser nunca realmente sostenibles en la gestión de los recursos en su totalidad en un desarrollo completo de su cadena de valor, pero sí podrán considerar este tipo de gestión como un valor intrínseco de su misión corporativa y que esté presente en todos y cada una de las líneas comerciales de la empresa, tal y como hemos podido comprobar con Melià o AENA, por ejemplo. (Valenzuela Rubio, 2017).

A pesar del logro obtenido por tan reconocidas empresas, la desigualdad en la implementación de criterios de sostenibilidad en el sector turístico en España es motivo de análisis y crítica. A pesar del creciente énfasis en la sostenibilidad en este plano de la economía, no todas las empresas han adoptado prácticas sostenibles de manera equitativa. Esta disparidad se observa tanto entre las distintas comunidades autónomas como entre las empresas de diferentes tamaños. Mientras que algunas empresas líderes en el sector

han logrado obtener certificaciones y reconocimientos por sus esfuerzos en sostenibilidad, muchas otras, especialmente las más pequeñas o menos conocidas, enfrentan barreras significativas para alcanzar estos estándares debido a limitaciones de recursos, falta de acceso a información o incapacidad para cumplir con los requisitos exigidos (Valenzuela Rubio, 2017).

Esta desigualdad en la implementación de la sostenibilidad en el sector turístico no solo hace notar la brecha entre las empresas líderes y las rezagadas, sino que también contribuye a una distribución desigual de los beneficios económicos, sociales y ambientales asociados con prácticas sostenibles. Las comunidades autónomas que albergan a empresas turísticas más grandes y con mayores recursos pueden beneficiarse más de las iniciativas de sostenibilidad en términos de empleo, desarrollo económico y conservación del medio ambiente, mientras que aquellas con menos empresas certificadas pueden quedarse atrasadas en estos aspectos. Esta disparidad nos plantea interrogantes sobre la igualdad en el acceso a los beneficios del turismo sostenible y destaca la necesidad de políticas y programas que aborden activamente estas desigualdades y promuevan una implementación más amplia y equitativa de la sostenibilidad en todo el sector turístico.

Para las empresas e instituciones que aún no han abordado la sostenibilidad en sus operaciones, el camino a seguir implica una revisión exhaustiva de sus prácticas comerciales y una reevaluación de su impacto en el entorno ambiental, social y económico. Esto requiere un compromiso firme para implementar medidas concretas que promuevan la sostenibilidad en todas las facetas de su actividad empresarial. Desde la adopción de tecnologías más limpias y eficientes hasta la revisión de las cadenas de suministro para reducir la huella de carbono, estas acciones pueden ayudar a mitigar el impacto negativo y fomentar un modelo de negocio más responsable.

Es fundamental comprender que el enfoque hacia la sostenibilidad no solo es una cuestión de responsabilidad ética, sino también una necesidad estratégica y económica en el panorama empresarial actual. A medida que los consumidores, los inversores y los reguladores exigen un mayor compromiso con el medio ambiente y la sociedad, las empresas que adoptan prácticas sostenibles están mejor posicionadas para atraer y retener clientes, acceder a nuevos mercados y mitigar riesgos operativos y reputacionales. Además, la sostenibilidad puede ofrecer beneficios económicos tangibles, como la

reducción de costos operativos a través de la eficiencia energética y la optimización de recursos, así como ventajas fiscales y acceso a financiamiento sostenible.

## **2.1. Propuestas de resolución**

Aquellas empresas que optan por no abordar la sostenibilidad pueden estar ignorando no solo las demandas del mercado y las expectativas de la sociedad, sino también los riesgos emergentes asociados con la no implementación de estas estrategias. A medida que aumenta la conciencia sobre los impactos ambientales y sociales de las actividades empresariales, estas empresas podrían enfrentar consecuencias negativas, como la pérdida de clientes y la disminución de la reputación de la marca. Además, podrían encontrarse en desventaja competitiva frente a aquellas compañías que adoptan un enfoque proactivo hacia la sostenibilidad y que están mejor preparadas para enfrentar los desafíos y oportunidades del futuro.

Además, en un mundo donde la conciencia ambiental y social está en constante aumento, las empresas que no adoptan un enfoque sostenible corren el riesgo de quedar rezagadas y enfrentar consecuencias negativas, como la pérdida de clientes, sanciones regulatorias y daños a la reputación de la marca. Por lo tanto, el camino hacia la sostenibilidad no solo es deseable, sino también necesario para garantizar la viabilidad y el éxito a largo plazo de las organizaciones en un entorno empresarial cada vez más competitivo y cambiante. (Correa y Hernández, 2017).

Es decir, el camino hacia la sostenibilidad es esencial para las empresas e instituciones que buscan prosperar en un entorno empresarial cada vez más complejo y exigente. Aquellas que eligen ignorar este camino corren el riesgo de quedar rezagadas y enfrentar consecuencias negativas tanto a nivel económico como social, mientras que aquellas que abrazan la sostenibilidad pueden obtener ventajas competitivas y contribuir de manera significativa al bienestar general.

Ante este nuevo enfoque y la necesidad de un cambio de modelo económico hacia la sostenibilidad, es crucial que las empresas y las instituciones tomen medidas concretas para adaptarse y prosperar en este entorno en evolución, por lo que incluimos las siguientes propuestas de resolución para abordar el cambio:

- Educación y sensibilización: promover la educación y la sensibilización sobre la importancia de la sostenibilidad entre los líderes empresariales, los empleados y la sociedad en general. Esto puede incluir programas de formación, campañas de concienciación y eventos de sensibilización sobre prácticas sostenibles.
- Incentivos y regulaciones: establecer incentivos fiscales y regulatorios para fomentar la adopción de prácticas sostenibles. Esto podría incluir beneficios fiscales para las empresas que implementen medidas sostenibles, así como regulaciones más estrictas para aquellas que no lo hagan.
- Colaboración y asociaciones: fomentar la colaboración y las asociaciones entre empresas, instituciones gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y la sociedad civil para abordar los desafíos de sostenibilidad de manera conjunta. Esto podría implicar la creación de plataformas de colaboración, redes de intercambio de mejores prácticas y proyectos conjuntos de sostenibilidad.
- Innovación y tecnología: promover la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías sostenibles que puedan ayudar a reducir el impacto ambiental y social de las operaciones empresariales. Esto podría incluir inversiones en energías renovables, tecnologías de eficiencia energética, soluciones de transporte sostenible y sistemas de gestión de residuos.
- Transparencia y rendición de cuentas: fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en todas las áreas de negocio, incluida la divulgación de información sobre prácticas sostenibles, el seguimiento del desempeño ambiental y social, y la evaluación de impacto.

Estas propuestas pueden ayudar a guiar a las empresas e instituciones hacia un enfoque más sostenible y responsable, promoviendo al mismo tiempo un crecimiento económico equitativo y duradero.

## CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación hemos podido comprobar como el turismo juega un papel fundamental en la economía española, como lo demuestra su contribución significativa al Producto Interior Bruto (PIB), que alcanzó los 155.946 millones de euros en el año 2022. Este sector ha experimentado un crecimiento constante, pero también enfrenta el desafío de adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado, como la búsqueda de experiencias sostenibles y auténticas por parte de los turistas modernos.

Para garantizar la viabilidad a largo plazo del turismo, España está avanzando hacia prácticas más sostenibles, equilibrando el desarrollo económico con la conservación ambiental y el bienestar social. Se han implementado políticas y programas destinados a mitigar los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, promover la gestión sostenible en el sector y reconocer a las empresas y destinos que cumplen con estándares ambientales y sociales rigurosos.

El enfoque en el turismo sostenible no solo responde a la presión ambiental, sino también a las demandas del mercado y a la necesidad de preservar los recursos naturales y culturales de España. Es crucial que el país siga liderando este movimiento hacia un turismo más responsable y equitativo, asegurando así su posición como uno de los destinos turísticos más atractivos y sostenibles del mundo.

Unido a ello, este nuevo enfoque ha permitido una transformación de la gestión empresarial. La transición hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial representa un cambio significativo en la forma en que las empresas abordan su actividad. Ahora, las empresas están adoptando una perspectiva más amplia que considera no solo los aspectos financieros, sino también los impactos sociales y ambientales de sus operaciones. Este cambio de paradigma refleja una comprensión más holística de la función de las empresas en la sociedad, donde se reconoce que el éxito empresarial no puede separarse del bienestar de las comunidades y del medio ambiente.

El análisis planteado del EBITDA de importantes empresas españolas del sector turístico, como Meliá Hotels International, NH Hotel Group y AENA, revela una tendencia general positiva a lo largo de los años. Esta tendencia refleja la importancia de mantener un EBITDA positivo para la estabilidad financiera y el crecimiento de las empresas. Todo ello ha fortalecido a una contribución del crecimiento económico. Las

prácticas sostenibles adoptadas por estas empresas no solo tienen un impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad, sino que también contribuyen al crecimiento económico sostenible. Al integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio, estas empresas generan beneficios económicos a largo plazo, impulsando el crecimiento del PIB y fortaleciendo la competitividad del sector turístico.

A la pregunta de si la sostenibilidad es el nuevo enfoque que se debe adoptar en la gestión del sector, la respuesta es, sí; el enfoque hacia la sostenibilidad es, sin duda, el camino a seguir para las empresas e instituciones que buscan un crecimiento económico sostenible y responsable. La sostenibilidad no solo es una necesidad ética y moral, sino que también ofrece beneficios económicos y estratégicos significativos. Al adoptar prácticas sostenibles, las empresas pueden reducir costos operativos, acceder a nuevos mercados, atraer y retener talento, mejorar su reputación y mitigar riesgos a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible ayuda al crecimiento económico. La adopción de prácticas sostenibles en el sector turístico tiene un impacto positivo en el PIB al promover la conservación del medio ambiente y la cultura local, así como al generar empleo y riqueza para las comunidades, es decir, el turismo sostenible fortalece la competitividad del sector y contribuye al desarrollo económico responsable y equitativo, lo que se traduce en un mayor valor añadido al PIB.

La influencia de este desempeño positivo con influencia de una gestión sostenible tiene un impacto significativo en el crecimiento del turismo de la siguiente manera:

- Mayor inversión en infraestructura turística sostenible: Con un mejor desempeño financiero, las empresas turísticas tienen más capacidad para invertir en infraestructuras y servicios turísticos que promuevan la sostenibilidad, como la conservación de recursos naturales y la mejora de la calidad de la experiencia del turista.
- Desarrollo de destinos turísticos sostenibles: Las empresas con un EBITDA positivo tienen la oportunidad de colaborar con las autoridades locales y otras partes interesadas para desarrollar destinos turísticos que sean ambientalmente sostenibles, socialmente responsables y económicamente viables a largo plazo.
- Promoción del turismo responsable: Con una gestión sostenible, las empresas pueden adoptar prácticas de turismo responsable que minimicen el impacto

negativo en el medio ambiente y las comunidades locales, al tiempo que promueven la conservación cultural y natural de los destinos.

- Atracción de turistas conscientes: Los viajeros cada vez valoran más las experiencias turísticas sostenibles y están dispuestos a apoyar a empresas que demuestren un compromiso genuino con la sostenibilidad. Por lo tanto, las empresas con un desempeño financiero sólido y una gestión sostenible tienen más posibilidades de atraer a este segmento de mercado en crecimiento.

En resumen, el turismo sostenible es de vital importancia para España no solo en términos económicos, sino también en términos de conservación del medio ambiente, desarrollo regional equitativo y mejora de la imagen de destino. Es fundamental para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del sector turístico y el bienestar de las comunidades locales.



## BIBLIOGRAFÍA

- AENA. (2014). *Así es Aena*. Obtenido de [file:///C:/Users/macar/Downloads/Asi\\_es\\_Aena2014.pdf](file:///C:/Users/macar/Downloads/Asi_es_Aena2014.pdf)
- AENA. (2022). *Informe de gestión consolidado 2022. Extracto correspondiente al Informe de Sostenibilidad. Estado de Información no Financiera*.
- AENA. (2022). *Presentación de resultados correspondiente al ejercicio 2021*.
- AENA. (2023). *Informe de Gestión Consolidado 9M 2023*.
- AENA. (s.f.). *Presentación del Plan Estratégico 2022-2026*.
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (14 de diciembre de 2022). *Promoción del turismo sostenible y resiliente, incluido el ecoturismo, para la erradicación de la pobreza y la protección del medio ambiente*. Obtenido de [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Resolucion\\_A\\_RES\\_77\\_178\\_Espa%C3%B1ol.pdf?VersionId=Q5tzz5elyxkWcwH1KN8OQ80mvffwcp1z](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-01/Resolucion_A_RES_77_178_Espa%C3%B1ol.pdf?VersionId=Q5tzz5elyxkWcwH1KN8OQ80mvffwcp1z)
- Banco Santander. (2024). *EBITDA*. Obtenido de Banco Santander: <https://www.bancosantander.es/glosario/ebitda>
- BBVA. (02 de marzo de 2024). *¿Sabes qué es el índice Dow Jones Sustainability Index?* Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/sabes-que-es-el-indice-dow-jones-sustainability-index/>
- Bertoni, M., (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, (17), 155-163.
- Bonmatí Martínez, J. (2018). *EL EBITDA*. Obtenido de [file:///C:/Users/macar/Downloads/Dialnet-ElEbitda-3859966%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/macar/Downloads/Dialnet-ElEbitda-3859966%20(1).pdf)
- Cámara de Comercio de España. (abril de 2021). *Impacto de la actividad turística en la economía española*. Obtenido de <https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/impacto-del-turismo-ccc-abril-2021.pdf>
- Chapa, E. (marzo de 2023). *Estrategias de Inversión* . Obtenido de *¿Qué es y que evalúa el Dow Jones Sustainability Index?*: <https://www.estrategiasdeinversion.com/analisis/bolsa-y-mercados/informes/que-es-y-que-evalua-el-dow-jones-sustainability-n-607297>
- Correa, D.; Hernández, D. (2017). Informes de sostenibilidad y su impacto en la creación de valor financiero de las empresas. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 70, 43-60.
- Ecovadis. (s.f.). *Informes de sostenibilidad*. Obtenido de Glosario. Ecovadis: <https://ecovadis.com/es/glossary/sustainability-reporting/>

- Expansión. (25 de octubre de 2024). *PIB de España-Producto Interior Bruto 2023*.  
Obtenido de Datosmacro. com: Datosmacro.com.  
<https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>
- Fernández Fernández, E., Lado Sestayo, R., & Vivel Búa, M. (Julio de 2017). *El sector turístico español: un análisis estratégico y de rentabilidad a nivel de empresa*.  
Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/22-el-sector-turistico-espanol.pdf>
- Gastelumendi, I., Anna, T., & Mora, D. (2019). Informe sobre economía circular aplicada al turismo. *SEGITTUR*.
- INE- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Cuenta satélite del turismo de España. Últimos datos*. Obtenido de  
[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)
- In, M. (2023, 5 diciembre). Accor, pionero en fijar sus objetivos de descarbonización con el método SBTi - MEET IN. *MEET IN*. <https://www.meet-in.es/accor-grupo-hoteler-pionero-metodo-sbti/>.
- Martín Rojo, I. (2018). Gestión sostenible de empresas y destinos turísticos. La nueva economía. Turismo y desarrollo sostenible. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 103-123.
- Martín Socías, M. (2021). *Evolución histórica del grupo hotelero Meliá Hotels International* (Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid). Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/50925/TFG-N.%201737.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Melia Hotels International. (2020). *Informe financiero Anual Grupo MHI 2020*.
- Melia Hotels International. (2021). *Informe Financiero Anual Grupo MHI 2021*.
- Melia Hotels International. (2022). *Informe Financiero Anual Grupo MHI 2022 con informes DTT*.
- Melia Hotels International. (2023). *Informe Financiero Anual Grupo MHI 2023*.
- NH Hotel Group. (2021). *Informe Anual 2021. Cuentas anuales consolidadas e informe de gestión*.
- NH Hotel Group. (2022). *Memoria consolidada NH Hotel Group 2022*.
- NH Hotel Group. (2023). *Cuentas anuales consolidadas e IG 2023*.
- NH Hotel Group. (2023). *Estado de información no financiera consolidado 2023. Memoria de sostenibilidad*.
- NH Hotel Group. (6 de marzo de 2024). *Acción de NH Hotels: Información financiera*. Obtenido de Nh-corporate: <https://www.nh-hotels.com/es/corporate/accionistas-e-inversores/informacion-financiera>

- Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes*, 14(27).  
<https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/intercedes/article/view/5505>
- ONU Turismo. (12 de febrero de 2024). *Desarrollo sostenible del turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Sámperiz Domínguez, L.M. (2021). *Valoración de NH Hotel Group* (Trabajo de Fin de Máster, Universidad Pontificia Comillas). Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/15498/1/TFM000547.pdf>
- Sánchez, J. M., & Aguilar, Á. (2018). Turismo sostenible y calidad turística: análisis de la certificación "Q" de calidad turística en España. *Cuadernos de turismo*, (41), 169-190.
- S&P Global. (febrero de 2022). *The S&P Global Sustainability Yearbook 2022*. Obtenido de [https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/2022/downloads/spglobal\\_sustainability\\_yearbook\\_2022.pdf](https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/2022/downloads/spglobal_sustainability_yearbook_2022.pdf)
- S&P Global. (febrero de 2023). *The S&P Global Sustainability Yearbook 2023*. Obtenido de [file:///C:/Users/macar/Downloads/SPGlobal\\_Sustainability\\_Yearbook\\_2023.pdf](file:///C:/Users/macar/Downloads/SPGlobal_Sustainability_Yearbook_2023.pdf)
- S&P Global. (s.f.). *Sustainability Yearbook: Methodology Overview*. Obtenido de S&P Global.  
<https://www.spglobal.com/esg/csa/yearbook/methodology/#:~:text=Sustainability%20Yearbook%3A%20Methodology%20Overview,demonstrated%20strengths%20in%20corporate%20sustainability.>
- Valenzuela Rubio, M. (2017). La sostenibilidad ambiental del sector hotelero español. Una contribución al turismo sostenible entre el interés empresarial y el compromiso ambiental. *Arbor*, 193 (785)
- Weaver, D. (2018), *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Channel View Publications.
- World Tourism Organization and United Nations Development Programme (2017), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284419401>

## Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Macarena L. Meléndez Muñoz, estudiante de Derecho y ADE (E-3) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado “Impacto del turismo en la economía española. Nuevos retos y avances hacia el turismo sostenible. Estrategias de sostenibilidad”, declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
4. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
5. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
6. **Generador previo de diagramas de flujo y contenido:** Para esbozar diagramas iniciales.
7. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
8. **Generador de problemas de ejemplo:** Para ilustrar conceptos y técnicas.
9. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 20 de marzo del 2024

Firma: \_\_\_\_\_

