

## DISEÑANDO EL FUTURO TURISMO SOSTENIBLE ESPAÑOL

Joana Longo-Sarachaga\*

Carmen Paradinas-Márquez\*\*

Facultad de Comercio y Turismo,  
Universidad Complutense de Madrid

ESIC Business & Marketing School

Madrid, España

### CONTACTO

\*  0000-0001-7190-5403

 jlongo@ucm.es

joana.longo@esic.university

\*\*  0000-0001-6154-9556

 carmen.paradinas@esic.university

### Cita recomendada

Longo-Sarachaga, J. y Pardinias-Márquez, C. (2025): Diseñando el futuro turismo sostenible español. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 23 (1) 1-24.

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s25456199/m8pc7o2wl>

Recibido: 26/02/2025.

Aceptado: 29/04/2025.

### RESUMEN

La importancia del turismo en la economía española ha motivado que el gobierno español esboce la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 como una iniciativa para promover el desarrollo sostenible en este sector. La falta de bibliografía, abordando el análisis de las estrategias nacionales hacia un turismo sostenible, justifica este estudio, que pretende diseñar un modelo para impulsar el desarrollo del turismo sostenible en España, tomando como referencia los ejes principales de la estrategia gubernamental. La metodología mixta utilizada combina una revisión sistemática de la literatura y un análisis de contenido. Como resultado, se identificaron 46 acciones alrededor de ocho temas asociados a los ejes principales definidos en la estrategia hacia un turismo sostenible para 2030. El acusado desequilibrio mostrado en el reparto de las acciones identificadas en la literatura y la estrategia española pone en cuestión su idoneidad como estrategia efectiva para el desarrollo del turismo sostenible. El estudio proporciona un óptimo marco de referencia para mejorar la actual estrategia diseñada por el gobierno español, incorporando algunos aspectos que habían sido completamente ignorados en la misma, pero que los expertos en el sector han destacado en la literatura. Asimismo, la escasa atención dedicada a algunos factores intrínsecos del sector turístico, como el valor del medio natural y del patrimonio cultural, las empresas turísticas, las comunidades locales u otros actores vinculados al sector, sugiere una futura línea de investigación que analice la repercusión de estos aspectos en el diseño de un turismo sostenible.

### PALABRAS CLAVE

turismo sostenible - sector turístico - turismo español - revitalización económica - estrategia turismo sostenible.

## DESIGNING THE FUTURE SPANISH SUSTAINABLE TOURISM

Joana Longo-Sarachaga\*

Carmen Paradinas-Márquez\*\*

Patagonian Institute of Studies in  
Humanity and Social Sciences (IPEHCS,  
CONICET-UNCOMA)  
Province of Neuquén, Argentina

### CONTACT

\*  0000-0001-7190-5403

 [jlongo@ucm.es](mailto:jlongo@ucm.es)

[joana.longo@esic.university](mailto:joana.longo@esic.university)

\*\*  0000-0001-6154-9556

 [carmen.paradinas@esic.university](mailto:carmen.paradinas@esic.university)

### Recommended citation

Longo-Sarachaga, J. y Pardinas-Márquez, C. (2025): Diseñando el futuro turismo sostenible español. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 23 (1) 1-24.

ARK CAICYT: <https://id.caicyt.gov.ar/ark:/s25456199/m8pc7o2wl>

Received: 26/02/2025.

Accepted: 29/04/2025.

### ABSTRACT

The importance of tourism in the Spanish economy has motivated the Spanish government to outline the Sustainable Tourism Strategy for Spain 2030 as an initiative to promote sustainable development in this sector. The lack of literature addressing the analysis of national strategies towards sustainable tourism justifies this study that aims to design a model to boost the development of sustainable tourism in Spain, taking as reference the main axes of the national strategy. The mixed methodology applied combines a systematic literature review with a content analysis. As a result, 46 actions were identified around eight themes associated with the main axes defined in the strategy towards sustainable tourism for 2030. The marked imbalance shown in the distribution of actions identified in the literature and in the Spanish strategy questions its suitability as an effective strategy for the development of sustainable tourism in the country. The study offers a valuable framework to enhance the current strategy developed by the Spanish government, by integrating key elements previously overlooked but emphasized by experts in the literature. Furthermore, the limited attention given to intrinsic elements of the tourism sector—such as the value of the natural environment and cultural heritage, tourism enterprises, local communities, and other related stakeholders—highlights a promising avenue for future research. Specifically, further analysis is needed to assess how these factors influence the development of sustainable tourism strategies.

### KEYWORDS

higher education - university and territory -curriculum designs - study plans - degrees in tourism.

## INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible ha suscitado un creciente interés entre las diferentes partes interesadas (“*stakeholders*”) en preservar la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus necesidades presentes (Hall, 2019). En este contexto, el Gobierno de España ha esbozado vagamente los fundamentos que definen el modelo de crecimiento turístico hasta el año 2030, si bien no ha elaborado aún el documento que especifique en detalle el plan de acción a seguir. El crecimiento socioeconómico, la preservación de los valores naturales y culturales, el beneficio social, la participación y gobernanza, y la adaptación permanente son los principios que sustentan la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 (Ministerio de Industria y Turismo, 2024). Sin embargo, el análisis de las estrategias nacionales de desarrollo del turismo sostenible es una temática que no ha sido aún tratada en la literatura.

Este artículo pretende suplir esta laguna de conocimiento desarrollando un marco de referencia que promueva el crecimiento del turismo sostenible en España tomando como base los ejes principales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. Con este propósito, se revisó la literatura existente en este campo con el objeto de identificar aquellos aspectos que deberían ser considerados en la estrategia nacional.

La contribución del presente artículo es doble. Desde el punto de vista teórico, proporciona una exhaustiva caracterización del turismo sostenible mundial abarcando las dimensiones social, económica, medioambiental e institucional, además de los distintos enfoques adoptados por los académicos en el contexto internacional. En la práctica, dota de un instrumento eficaz a los diferentes actores involucrados en el sector turístico para hacerlo más sostenible.

La organización de este estudio incluye cuatro secciones adicionales. A continuación, se presenta el marco teórico. La Sección 3 describe la metodología propuesta en la investigación. Los resultados obtenidos de su aplicación se exponen en la Sección 4. La última sección resume las principales conclusiones del estudio, las limitaciones encontradas y futuras líneas de investigación planteadas.

## MARCO TEÓRICO

López-Zurita, Vázquez Amador y Lario de Oñate (2018) definen el turismo como el conjunto de actividades realizadas por las personas cuando se encuentran de viaje en lugares no habituales con fines diversos (ocio, negocio, salud, etc.) durante un período inferior a doce meses. La literatura ha reiterado la importancia del turismo como actor principal del desarrollo económico

(Rodríguez Herrera y Pulido Fernández, 2010), así como su condición de elemento esencial en las estrategias económicas diseñadas por las instituciones públicas a nivel local, regional o nacional, orientadas preferentemente a la creación de empleo y riqueza (Pikkemaat, Peters y Bichler, 2019) e igualmente consideradas como objetivos a alcanzar para el desarrollo del turismo sostenible (Moscardo *et al.*, 2017; Dwyer, 2023). En 2023, el turismo supuso un 9,1% del Producto Interior Bruto (PIB) global, reflejando un aumento del 23,2% respecto a 2022, pero un 4,1% menor a las estadísticas de 2019, previas a la pandemia de coronavirus. La creación de 27 millones de nuevos empleos en el sector turístico en 2023 representó un incremento del 9,1% sobre los datos del año anterior, aunque un 1,4% inferior a los de 2019 (WTTC, 2024). El PIB español asociado al turismo fue del 11,6% del total en 2022, mientras que el 9,3% del empleo total de la economía nacional correspondió a este sector (INE, 2023).

La publicación del Informe Brundtland en 1987 (UN, 1987) dio visibilidad universal a los desafíos que todos los países del Planeta deberían afrontar en materia social, económica y medioambiental en las próximas décadas. También sirvió para acuñar el concepto “desarrollo sostenible”, que ha fundamentado el diseño y la implementación de diversas iniciativas globales en buena parte de la comunidad internacional. Entre estos programas, destacan especialmente los Objetivos de Desarrollo del Milenio (2000 - 2015) o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados por 193 países en septiembre de 2015 para ser cumplidos antes de la finalización del año 2030. UNEP (2005) caracterizó el turismo sostenible como aquel turismo que considera los impactos económicos y sociales presentes y futuros para satisfacer las necesidades de los viajeros, del sector turístico, del medioambiente y de las comunidades locales. Aunque algunos investigadores consideran que los términos “desarrollo” y “sostenible” son conceptualmente opuestos (Harrison, 2014), el papel desempeñado por el turismo en el desarrollo sostenible ha sido plenamente reconocido internacionalmente (UNWTO, 2017) como demuestra el hecho de que la Asamblea General de las Naciones Unidas declarara 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

El desarrollo sostenible en el sector turístico ha sido evaluado desde múltiples y variadas perspectivas (Diaz-Sarachaga, 2020). En este sentido, el efecto de los beneficios asociados al turismo sostenible en el progreso de las comunidades rurales fue estudiado por Hatipoglu, Álvarez y Ertuna (2016). Hossen (2016) e Iqbal *et al.* (2022) examinaron la participación y cooperación de las comunidades en el desarrollo turístico. Diversos estudios fueron enfocados a la creciente importancia del desarrollo del turismo sostenible, en particular, orientados hacia el marketing (Pahrudin *et al.*, 2022), el turismo responsable (Mihalic *et al.*, 2021), la normativa y políticas de desarrollo (Buckley, 2012), los nuevos modelos de negocio (Sorensen, Baerenholdt y Greve, 2019), el

turismo alternativo (Andriotis, 2018) o el turismo rural integrado (Rodríguez-Díaz y Espino-Rodríguez, 2008).

## **Antecedentes de las políticas públicas y la gestión del turismo en España**

El turismo comenzó a alcanzar relevancia mundial en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial cuando dejó de considerarse una actividad minoritaria. Pero no sería hasta 1951 con la reactivación de la economía española cuando se diseña una política turística nacional mediante la creación del Ministerio de Información y Turismo. Este organismo asumió la promoción del turismo, así como de la actividad entre el empresariado del país para lo cual se aprobó el Plan Nacional de Turismo de 1953. Este plan establecía varios objetivos: facilitar la entrada de viajeros en el país, racionalizar la oferta turística, incrementar la capacidad hotelera, campañas publicitarias en el exterior, y la creación de la Escuela Superior de Hostelería (Velasco González, 2005).

El Informe sobre la Economía de España emitido por el Banco Mundial en 1962 sugirió diversas propuestas para dinamizar el sector turístico en el país. Como respuesta a este documento, el gobierno español utilizó el turismo como instrumento de planificación territorial en el que el desarrollo de infraestructuras y la promoción del turismo interior/exterior tuvieron un papel relevante en los posteriores Planes de Desarrollo Económico y Social aprobados en España para los períodos 1964-1967 (I Plan), 1968-1971 (II Plan) y 1972-1975 (III Plan). En material legislativa fue aprobada en 1964 la Ley y Reglamento de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional. El Decreto sobre Medidas de Ordenación de la Oferta Turística de 1980 definía los criterios para conceder la declaración de territorio preferente para uso turístico, con el objetivo de ajustar la oferta turística a la demanda real. Esta iniciativa aceleró el proceso de traspaso de competencias en materia turística a las comunidades autónomas. Una consultora internacional elaboró el Libro Blanco del Turismo Español en 1990 en el que incide en la estrecha relación del turismo con las infraestructuras, los equipamientos y los servicios públicos. La Ponencia Parlamentaria sobre el Sector Turístico de 1991 destacaba la necesidad de reorganizar los recursos turísticos propiedad del Estado, aprobando entre otras medidas, la privatización de algunas empresas públicas, a excepción de Paradores de Turismo y la creación del Instituto de Turismo de España, actualmente TURESPAÑA. Asimismo, se diseñó el Programa de Vacaciones para la Tercera Edad, en vigor.

En el período 1991-1996 se aprobó el primer Plan Futures en el que se reseñaba la necesidad de considerar los aspectos sociales, económicos y medioambientales en las actividades turísticas. Entre los diversos sub-planes sectoriales del Plan Futures destacan el Plan de Modernización e Innovación Turística y el Plan de Excelencia Turística, este último con una clara orientación

hacia la preservación medioambiental. El Plan Integral de Calidad del Turismo Español aprobado por la Secretaría General de Turismo en 2000 promueve la integración inter-sectorial de los principales actores del sector para aumentar la calidad en los destinos lo que permitió definir el Sistema de Calidad Turística Española.

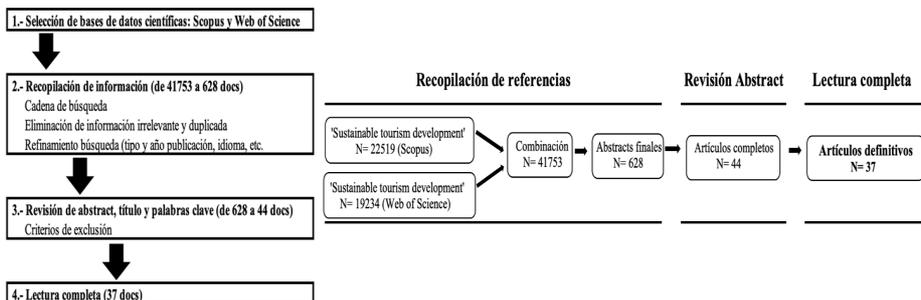
La modernización de las instalaciones y equipamientos turísticos del país se incentivó con la puesta en marca de los planes Renove y Future en 2009, cuyo objetivo principal era mejorar la eficiencia energética y el uso de las nuevas tecnologías digitales. La actual política turística está determinada por las directrices del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 fundamentado en medidas para incrementar la competitividad y sostenibilidad del sector (Mesquida Ferrando, 2011). El desarrollo, aún pendiente, de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 debe tomar el testigo como futuro eje vertebrador de las políticas públicas en materia turística.

## DISEÑO / METODOLOGÍA / ENFOQUE

La metodología utilizada en este estudio combina una exhaustiva revisión de la literatura científica con un análisis de contenido para construir un marco de referencia en el que se especifiquen los aspectos que deberían ser contemplados en un modelo eficiente que promueva el desarrollo del turismo sostenible en España.

Según el esquema sugerido por Spanuth y Urbano (2024), la Figura 1 ilustra el protocolo metodológico aplicado y los resultados obtenidos en la identificación de los factores que caracterizan el desarrollo del turismo sostenible.

Figura 1. Protocolo y resultados de la revisión de literatura



Fuente: Autor.

En agosto de 2024 se realizó la revisión de literatura utilizando las dos bases de datos más reconocidas universalmente que registran el mayor número de referencias bibliográficas: *Scopus* y *Web of Science (WoS)*. Se empleó la cadena de búsqueda “*sustainable tourism development*” sin ninguna otra restricción adicional para recopilar respectivamente 22.519 y 19.234 documentos. Un total de 41.753 contribuciones fueron seleccionadas al combinar ambas búsquedas. Esta cifra se redujo drásticamente hasta 628 documentos tras eliminar las referencias duplicadas y aplicar los criterios de inclusión y exclusión especificados en la Tabla 1. Se desecharon aquellos manuscritos dirigidos al examen de casos de estudio, a la evaluación del impacto de la pandemia de coronavirus en el sector turístico, al cumplimiento de los ODS o aquellos documentos en los que el turismo no haya sido el tema principal de la investigación.

El período de estudio abarcó desde el año 2014 hasta agosto de 2024 ya que en ese lapso se concentró el mayor número de manuscritos publicados. Los artículos situados en el ranking del 1% de citas por temática y año de publicación (152), así como aquellos que fueron mayoritariamente citados después de su publicación (6) fueron directamente seleccionados tras consultar la base de datos WoS. Además, se identificaron otras 475 referencias en las revistas con mayor número de artículos publicados en *Scopus*. También se establecieron otros filtros complementarios en la búsqueda: lengua (inglesa, española), palabras clave (*tourism development, sustainable tourism*) y áreas de conocimiento (*social sciences, business management and accounting*). Las contribuciones irrelevantes o aquellas no estrechamente relacionadas con el sector turístico fueron desechadas tras una revisión detallada del título, abstract y palabras clave. Los restantes 44 artículos fueron leídos completamente después de haber sido descargados de las revistas donde fueron publicados o del repositorio *ResearchGate*. Otros fueron remitidos por sus propios autores atendiendo a la solicitud cursada por correo electrónico. Siete documentos fueron excluidos en esta etapa al no abordar específicamente el desarrollo del turismo sostenible. Finalmente, 37 artículos fueron seleccionados para documentar esta investigación.

**Tabla N° 1.** Criterios de inclusión/exclusión aplicados en la revisión de la literatura

---

**Criterios de inclusión:**

---

- Para *Scopus* y *Web of Science*:
  - o Vinculados con el desarrollo del sector turístico adoptando un enfoque holístico de la sostenibilidad
  - o Idioma: español e inglés
  - o Publicados definitivamente
  - o Período analizado: enero de 2014 – agosto 2024
- Para *Web of Science*:
  - o Clasificados en el top 1% de citas por área de conocimiento y año de publicación (“*highly cited papers*”)
  - o Con un alto número de citas en el período inmediatamente posterior a su publicación (“*hot papers*”)
- Para *Scopus*:
  - o Palabras clave: tourism development, sustainable tourism
  - o Áreas de conocimiento: social sciences, business management and accounting
  - o Tipo de Fuente: revista científica
  - o Revistas seleccionadas:
    - Annals of Tourism Research
    - Cuadernos de Turismo
    - European Journal of Tourism Research
    - International Journal of Tourism Policy
    - International Journal of Tourism Research
    - Journal of Environmental Management and Tourism
    - Journal of Sustainable Tourism
    - Journal of Tourism and Development
    - Journal of Travel Research
    - Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
    - Tourism
    - Tourism Management
    - Tourism Management Perspectives
    - Tourism Planning and Development
    - Turismo y Sociedad

---

**Criterios de exclusión:**

---

- Temática de los manuscritos:
  - o Orientación principal al análisis de casos de estudio
  - o Impactos del COVID en el turismo
  - o Contribución en alcanzar los ODS
  - o Escasa relación con el sector turístico
- Aquellos no considerados explícitamente como criterios de inclusión

---

Fuente: Autor.

---

El análisis de contenido es una herramienta cualitativa utilizada en investigación para establecer la presencia de ciertas palabras, conceptos o temas con el propósito de determinar su interrelación. Este instrumento consta de cinco etapas principales: i) seleccionar el contenido a examinar a través de la definición del objetivo/pregunta de investigación, ii) identificar las unidades

o categorías que componen el análisis, iii) especificar las reglas de codificación, iv) codificar el contenido atendiendo a dichas normas, y v) analizar los resultados para extraer conclusiones relevantes (Elo *et al.*, 2014; Saldaña, 2021).

En base a los 37 artículos finalmente seleccionados en la revisión sistemática de la literatura, se realizó el análisis de contenido que permitió elaborar el marco de referencia para el desarrollo del turismo sostenible que define el objetivo de la investigación. Las categorías adoptadas para la realización del análisis engloban los principios que fundamentan la Estrategia Española de Turismo Sostenible enumeradas en la sección anterior y sus cinco ejes estratégicos: 1) gobernanza colaborativa, 2) crecimiento sostenible, 3) transformación competitiva, 4) espacio turístico, empresas y personas, y 5) producto, marketing e inteligencia turística. La codificación del contenido revisado se corresponde a un esquema multinivel. En el primer nivel (1, 2, 3, etc.) se encuentran las cuatro dimensiones de la sostenibilidad, mientras que los “temas” (principios y ejes estratégicos de la Estrategia española de Turismo Sostenible) constituyen el segundo escalón (1.1, 1.2, ..., 2.1, 2.2, etc.). Un nivel adicional (1.1.1, 1.1.2, ..., 2.1.1, 2.1.2, etc.) fue considerado para enumerar las acciones recomendadas en la literatura. Para el análisis de contenido se empleó la técnica de integración conceptual (MacInnis, 2011) para agrupar y determinar posibles asociaciones entre los ítems del marco. Esta técnica utiliza una perspectiva integradora descomponiendo el concepto general de cada constructo en otros subconceptos que deriven del mismo.

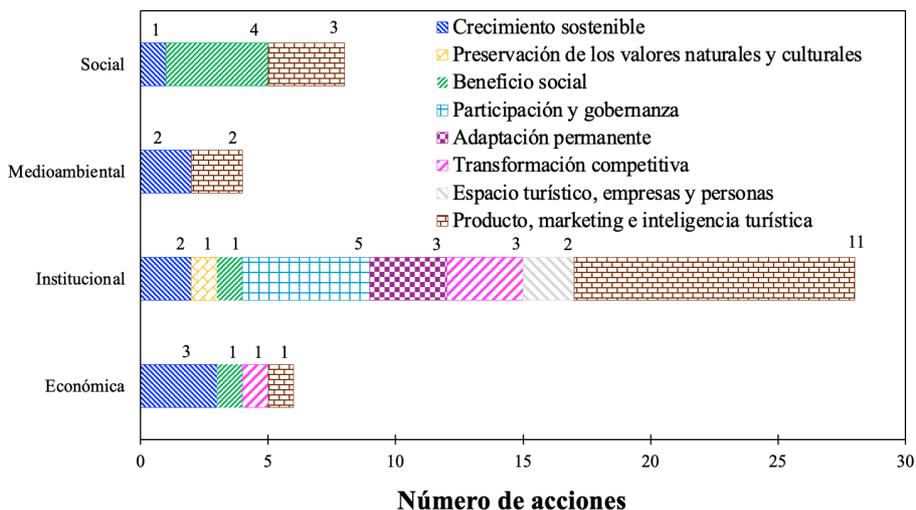
## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La aplicación de la técnica de integración conceptual al esquema de codificación definido en la metodología permitió establecer la equivalencia de los temas 1.1/2.1/3.1/4.1 *crecimiento socioeconómico* y 1.7/2.7/3.7/4.7 *crecimiento sostenible*, así como la de 1.4/2.4/3.4/4.4 *participación y gobernanza* con 1.6/2.6/3.6/4.6 *gobernanza colaborativa*. *Crecimiento sostenible* y *participación y gobernanza* fueron las denominaciones asignadas a los dos temas reunificados. Por lo tanto, los diez temas englobados en cada una de las dimensiones incluidas en la propuesta inicial de codificación se redujeron a sólo ocho según lo indicado en la Tabla A1, que son descritos a continuación. El *crecimiento sostenible* es el desarrollo que combina el crecimiento económico con la responsabilidad ambiental. La *preservación de los valores naturales y culturales* busca la conservación del extenso patrimonio cultural y natural español. El *beneficio social* examina la contribución de los beneficios del sector turístico entre los grupos de interesados. La participación activa de estos grupos en la formulación, aplicación y evaluación de políticas dirigidas al turismo nacional es el objeto del tema *participación y gobernanza*. La adaptación permanente promueve la capacidad de respuesta del sector turístico

ante el continuo entorno cambiante. La transformación competitiva busca que las empresas del sector turístico exploten sus fortalezas, desarrollando nuevas capacidades y aprovechando oportunidades para mejorar su posicionamiento en el mercado. El tema *espacio turístico, empresas y personas* se enfoca en los factores que condicionan el desarrollo de los principales actores del hecho turístico. *Producto, marketing e inteligencia turística* potencian las estrategias de promoción turística basadas en un modelo de inteligencia turística.

La revisión de literatura reveló inicialmente 57 acciones asociadas a 57 temas, quedando finalmente reducidas a 46, algunas de ellas vinculadas a más de un tema. La agrupación de las acciones por dimensión evidenció una gran desigualdad según refleja la Figura 1. A excepción de la dimensión institucional que recoge 28 acciones distribuidas entre los ocho temas del esquema de codificación, las restantes dimensiones apenas fueron representadas por un máximo de cuatro temas: económico (4), medioambiental (2) y social (3) para un total de 6, 4 y 8 acciones respectivamente. El reparto de acciones por temas exhibió una tendencia similar. *Producto, marketing e inteligencia* acumuló el mayor número de acciones (17) a diferencia de *espacio turístico, empresas y personas* con sólo 2 acciones. *Crecimiento sostenible* (8), *beneficio social* (6) y *participación y gobernanza* (5) fueron referidos por un número apreciable de acciones. Menor atención recibieron la *transformación competitiva* y la *adaptación competitiva* con 4 y 3 acciones, respectivamente.

**Figura 1.** Distribución de las acciones propuestas en la literatura por dimensión de la sostenibilidad



Fuente: autor.

La Tabla 2 resume las seis acciones extraídas de la literatura en materia económica, predominando aquellas que fomentan el *crecimiento sostenible* (3), mientras el *beneficio social*, la *transformación competitiva*, y el *producto, marketing e inteligencia turística* están representados por una acción para cada tema. La mayor parte de las acciones proponen la elaboración de estrategias de desarrollo del turismo abordadas desde diferentes puntos de vista (competitividad, beneficio económico, desarrollo de las comunidades locales, tecnologías digitales).

**Tabla 2.** Acciones propuestas en la literatura para reforzar la dimensión económica del desarrollo turístico.

Código	Acción	Fuente
1.1.1	Elaboración de estrategias de desarrollo económico basado en el sector turístico	Rodríguez Herrera y Pulido Fernández, 2010
1.1.2	Investigación de las actitudes de los residentes locales hacia el turismo y las tecnologías digitales para elaborar un plan de desarrollo regional	De Lucia et al., 2021
1.1.3	Estrategias de desarrollo del sector turístico orientadas hacia la competitividad y la creación de valor	D’Arcy y Omar, 2015
1.3.1	Estrategias que aseguren el equilibrio entre los beneficios asociados al turismo y las oportunidades de desarrollo de las comunidades locales	Nguyen et al., 2018
1.6.1	Estrategias de desarrollo del sector turístico orientadas hacia la competitividad y la creación de valor	D’Arcy y Omar, 2015
1.8.1	Comprender el comportamiento actual y futuro de los turistas respecto al comercio online	Vigolo y Confente, 2013; Cristobal-Fransi et al., 2017

Según se aprecia en la Tabla 3, la dimensión institucional acaparó la mayoría (28) de todas las acciones sugeridas en la literatura, siendo el tema dedicado al *producto, marketing e inteligencia turística* el que reflejó el mayor número de acciones (11) seguido de *participación y gobernanza* (5). Los restantes temas involucrados estuvieron presentes en un rango de entre una y tres acciones. La elaboración de marcos regulatorios específicos para el sector turístico, el uso del marketing y de las tecnologías digitales para la promoción del turismo, así como el fomento de determinadas modalidades de turismo fueron objeto preferente de estas acciones.

**Tabla 3.** Acciones en materia institucional extraídas de la literatura revisada.

Código	Acción	Fuente
2.1.1	Co-diseño de productos y servicios turísticos en el marco de un proceso de desarrollo sostenible.	Liburd <i>et al.</i> , 2022
2.1.2	Identificación instrumentos regulatorios que hagan sostenible al turismo.	Buckley, 2012
2.2.1	Creación de una conciencia medioambiental entre los consumidores de productos y servicios turísticos.	Choi <i>et al.</i> , 2015; Hall, 2015
2.3.1	Evaluación de los impactos del turismo en el medio natural y en las comunidades locales.	Chan y Bhatta, 2021
2.4.1	Participación y cooperación entre el sector público, la industria turística y las comunidades locales para el desarrollo de normas y políticas para la gestión de las actividades turísticas.	Beritelli <i>et al.</i> , 2007; Merinero-Rodríguez y Pulido-Fernandez, 2016
2.4.2	Desarrollo de redes (networks) que contribuyan a una mejor gestión del sector turístico.	Chiappa y Presenza, 2013
2.4.3	Identificación instrumentos regulatorios que hagan sostenible al turismo.	Buckley, 2012
2.4.4	Desarrollo de un marco regulatorio, políticas y legislación específicamente diseñados para el turismo de un país en concreto.	Payini <i>et al.</i> , 2024
2.4.5	Diseño colaborativo de propuestas turísticas promoviendo el desarrollo sostenible.	Liburd <i>et al.</i> , 2022
2.5.1	Estudio de la segmentación del mercado turístico en un entorno virtual.	Losada <i>et al.</i> , 2015
2.5.2	Uso de la Inteligencia Artificial en la mejora del sector turístico.	Hunter <i>et al.</i> , 2015; Hermosa del Vasto y Arco Castro, 2024
2.5.3	Fomentar la innovación en la industria turística.	Zbigniew, 2015; Montañas Del Rio <i>et al.</i> , 2023
2.6.1	Análisis de los procesos participativos que incrementen la actividad turística.	Liburd <i>et al.</i> , 2023
2.6.2	Simulación de escenarios futuros que optimicen la gestión de la actividad turística.	Papatheodorou y Song, 2005; Algieri, 2006
2.6.3	Uso de las TICs como elemento innovador en el sector turístico.	Cristobal-Fransi <i>et al.</i> , 2017; Assaf y Tsonas, 2018; Francis y Hoefel, 2018; Benckendorff <i>et al.</i> , 2019; Robinson y Sch€anzel, 2019; Walters, 2021; Vidal-Serrano <i>et al.</i> , 2022; Dziurakh <i>et al.</i> , 2024
2.7.1	Incorporación del concepto de emprendimiento sostenible a las empresas del sector turístico.	Shepherd y Patzelt, 2011
2.7.2	Desarrollo de modelos empresariales centrados en el marketing turístico por Internet.	Lopez Rodriguez y López Rodríguez, 2018
2.8.1	Promoción del turismo SLOW orientado al disfrute del entorno natural y al cuidado del medio ambiente.	Garcês <i>et al.</i> , 2018

Código	Acción	Fuente
2.8.2	Estudio del perfil del consumidor para fomentar el desarrollo del turismo sostenible en zonas naturales protegidas.	Dangi y Gribb, 2018; Dragouni, Fouseki y Georgantzis, 2018; Palmer y Chuamuangphan, 2018; Wondirad et al., 2020
2.8.3	Simulación de escenarios futuros que optimicen la gestión de la actividad turística.	Papatheodorou y Song, 2005; Algieri, 2006
2.8.4	Estudios sobre el comportamiento del mercado turístico.	López Díaz y Sastre Espada, 2021; Díaz y Tuasa, 2022; García y Moral, 2022; Neme-Chaves et al., 2023
2.8.5	Estudio de la segmentación del mercado turístico en un entorno virtual.	Losada et al., 2015
2.8.6	Uso de las TICs como elemento innovador en el sector turístico.	Cristobal-Fransi et al., 2017; Assaf y Tsionas, 2018; Francis y Hoefel, 2018; Benckendorff et al., 2019; Robinson y Sch€anzel, 2019; Walters, 2021; Vidal-Serrano et al., 2022; Dziurakh et al., 2024
2.8.7	Uso de la Inteligencia Artificial en la mejora del sector turístico.	Hunter et al., 2015; Hermosa del Vasto y Arco Castro, 2024
2.8.8	Desarrollo de modelos empresariales centrados en el marketing turístico por Internet.	Lopez Rodriguez y López Rodríguez, 2018
2.8.9	Utilización del Marketing Social en la promoción del turismo.	López y Martínez, 2015; Hall, 2015
2.8.10	Diseño colaborativo de propuestas turísticas promoviendo el desarrollo sostenible.	Liburd et al., 2022
2.8.11	Promoción de la sostenibilidad en el turismo rural	Mwesiumo et al., 2022

En cuanto a la dimensión medioambiental, únicamente cuatro acciones fueron halladas en la literatura para el desarrollo del turismo sostenible (Tabla 4). Estas acciones se reparten por igual entre el tema *crecimiento sostenible* y el de *producto, marketing e inteligencia turística*, estando dirigidas especialmente hacia la preparación de modelos de desarrollo del turismo, estudios de mercado y la promoción de determinados tipos de turismo.

**Tabla 4.** Iniciativas medioambientales para el desarrollo del turismo sostenible

Código	Acción	Fuente
3.1.1	Propuesta e implementación de modelos integrales de desarrollo sostenible basados en el análisis de datos y escenarios futuros.	Ballestero y González Aranda, 2020
3.1.2	Estudio de las motivaciones hacia el turismo cultural y gastronómico.	Ballestero y González Aranda, 2020
3.8.1	Segmentación de la demanda de productos y servicios turísticos.	Walsh et al., 2008; Verma et al., 2019; Larrosa Rocamora et al., 2023
3.8.2	Promover el ecoturismo, turismo rural y el turismo cultural.	Gómez Lissarrague y Moral Jiménez, 2024

Un total de ocho acciones fueron reconocidas en la revisión de literatura concernientes a la dimensión social (Tabla 5), de las cuales cinco están destinadas al *beneficio social*, tres al *producto, marketing e inteligencia turística*, mientras la restante se enfoca en el *crecimiento sostenible*. Las acciones están proyectadas al estudio del impacto del turismo en las comunidades locales o al desarrollo turístico basado en las comunidades.

**Tabla 5.** Propuesta de acciones en materia social para favorecer el crecimiento del turismo sostenible

Código	Acción	Fuente
4.1.1	Investigación de las actitudes de los residentes locales hacia el turismo y las tecnologías digitales para elaborar un plan de desarrollo regional.	De Lucia et al., 2021
4.3.1	Evaluación de los impactos del turismo en el medio natural y en las comunidades locales.	Chan y Bhatta, 2021
4.3.2	Planes turísticos que promuevan la calidad de vida y las condiciones de vida de los residentes de los lugares turísticos de destino.	Smith y Diekmann, 2017; Hartwell et al., 2018
4.3.3	Evaluación de las percepciones de los residentes de los lugares turísticos sobre el impacto que causa el turismo en donde viven.	Carter et al., 2015; Boley et al., 2017
4.3.4	Estrategias que aseguren el equilibrio entre los beneficios asociados al turismo y las oportunidades de desarrollo de las comunidades locales.	Nguyen et al., 2018
4.8.1	Estudio de la vinculación del consumidor de productos y servicios turísticos con aspectos socialmente responsables.	Martínez y Rodríguez del Bosque, 2018
4.8.2	Incluir elementos del turismo basada en las comunidades en las propuestas de turismo rural.	Peric y Djurkin, 2014; Dodds et al., 2018; Lee y Jan, 2019
4.8.3	Comprender el comportamiento actual y futuro de los turistas respecto al comercio online.	Vigolo y Confente, 2013; Cristobal-Fransi et al., 2017

## REFLEXIONES / CONCLUSIONES

Este artículo propuso un modelo para impulsar el desarrollo del turismo sostenible en España fundamentado en la revisión de la literatura científica especializada en esta área de conocimiento y estructurado en torno a los principios y los ejes estratégicos de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. A continuación, se resumen las principales conclusiones obtenidas:

- La composición del marco de referencia muestra un desigual nivel de cobertura de las cuatro dimensiones de la sostenibilidad, lo que cuestiona seriamente su valor como modelo a seguir en el diseño de estrategias turísticas sostenibles.
- El gran desequilibrio existente en el reparto de las acciones propuestas en la literatura entre los temas asociados a los principios y ejes principales de la Estrategia Española de Turismo Sostenible de España 2030 plantea una serie de dudas sobre la idoneidad de los fundamentos considerados por el gobierno español en el planteamiento de su estrategia nacional.
- La literatura científica otorgó una escasísima importancia a algunos factores determinantes en el sector turístico como son el medio natural, el patrimonio cultural, las empresas y especialmente, las personas involucradas en la industria turística, entre las que sobresalen los consumidores de productos y servicios turísticos.

La mayor limitación encontrada durante la realización de la presente investigación se refiere a la exigua definición de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, simplificada a la sola enumeración de principios y ejes estratégicos excesivamente generales que impide especificar con mayor detalle los sólidos cimientos sobre los que debe sustentarse el desarrollo del sector turístico del país. Todo ello ha afectado negativamente en la adecuada selección de los temas que configuran el marco de referencia propuesto. Habida cuenta del vacío de conocimiento manifestado en el curso del presente estudio, se abordará un análisis pormenorizado de la repercusión de los temas *preservación de los valores naturales y culturales y espacio turístico, empresas y personas* en el desarrollo del turismo sostenible como futura línea de investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Algieri, B. (2006). An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: The Case of Russia. *Tourism Economics*, 12(1), 5-20.
- Andriotis, K. (2022). Degrowth in Tourism: Conceptual, theoretical and philosophical issues. Boston, CABI. Disponible en <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781786392787.0000>
- Assaf, A.G., & Tsionas M. (2018). The estimation and decomposition of tourism productivity. *Tourism Management*, 65, 131-142.
- Ballestero, F., y González Aranda, J.M. (2020). El uso de TIC disruptivas para mejorar la sostenibilidad ambiental y la competitividad. LifeWatch ERIC como oportunidad. ICE, *Revista de Economía*, 912, 135-146.
- Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. (2019). Tourism information technology (3rd ed.). Disponible en <https://www.cabi.org/about-cabi/>
- Beritelli, P., Bieger, T., & Laesser, C. (2007). Destination governance: using corporate governance theories as a foundation for effective destination management. *Journal of Travel Research*, 46(1), 96-107.
- Boley, B.B., McGehee, & Hammett, A.L.T. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66-77.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
- Carter, R.W., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797-818.
- Chan, R.C.K., & Bhatta, K.D. (2021). Trans-Himalayan connectivity and sustainable tourism development in Nepal: a study of community perceptions of tourism impacts along the Nepal- China friendship highway. *Asian Geographer*, 40(1), 59-80.
- Chiappa, G.D., & Presenza, A. (2013). The use of network analysis to assess relationships among stakeholders within a tourism destination: an empirical investigation on Costa Smeralda-Gallura, Italy. *Tourism Analysis*, 18(1), 1-13

- Choi, H., Jang, J., & Kandampully, J. (2015). Application of the extended VBN theory to understand consumers' decisions about green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 87-95.
- Cristobal-Fransi, E., Ferrer-Rosell, B., & Daries-Ramon, N. (2017). Segmentación de los seniors en función de los productos que compran por internet: Impacto en la industria turística. *Cuadernos de Turismo*, 40, 175-201.
- Dangi, T.B., & Gribb, W.J. (2018). Sustainable ecotourism management and visitor experiences: Managing conflicting perspectives in rocky mountain national park, USA. *Journal of Ecotourism*, 17(3), 338-358.
- D'Arcy, D., & Omar, M. (2015). A review and reflection on innovation in tourism and hospitality in English language journal publications. *Management & Avenir*, 76, 121-137.
- De Lucia, C., Paziienza, P., & Balena, P. (2021). How does ICT influence residents' attitudes towards tourism as a driver of development? A generalised ordered logistic regression analysis. *International Journal of Tourism Research*, 23(6), 1126-1150.
- Díaz, G.S.L., & Espada, J.S. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 1(2), 1-20.
- Díaz, A.B.V., & Tuasa, L.J.S. (2022). Desarrollo del turismo interno para aliviar el estrés colectivo en la ciudad de Guayaquil. *Código Científico Revista de Investigación*, 3(3), 62-73.
- Diaz-Sarachaga, J.M. (2020). Combining participatory processes and sustainable development goals to revitalize a rural area in Cantabria (Spain). *Land*, 9(11), 1-29.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilising knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.
- Dragouni, M., Fouseki, K., & Georgantzis, N. (2018). Community participation in heritage tourism planning: is it too much to ask? *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 759-781.
- Dwyer, L. (2020). Tourism development and sustainable well-being: a Beyond GDP perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(10), 2399-2416.

- Dziurakh, Y., Kulyniak, I., Halanets, V., Dzyana, H., & Dzyanyy, R. (2024). Use of artificial intelligence in smart tourism: Bibliometric analysis. *E3S Web of Conferences. EDP Sciences*, 501, 01002.
- Elo, S., Kaarianen, M., Kanste, O., Polkki, R., Utriainen, K., & Kyngas, H. (2014). Qualitative Content Analysis: A focus on trustworthiness. *Sage Open*, 4(1).
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company. Disponible en <http://www.drthomaswu.com/uicmpaccsmac/Gen%20Z.pdf>
- Garcês, S., Pocinho, M., De Jesus, S.N., & Rieber, M.S. (2018). Positive psychology and tourism: a systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 14(3), 41-51.
- García, M., & Moral, M.V. (2022). Motivación para viajar y satisfacción turística en función de los factores de personalidad. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 31-44.
- Gómez Lissarrague, A., & Moral Jiménez, M.V. (2024). Slow Tourism: tourist motivations based on personality traits and socio-demographic variables. *Cuadernos de Turismo*, 53, 23-42.
- Hall, C.M. (2015). Intervening in academic interventions: framing social marketing's potential for successful sustainable tourism behavioural change. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(3), 350-375.
- Hall, C.M. (2019). Constructing STD: The 2030 Agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060.
- Harrison, D. (2014). Tourism and development. In A. Lew, C.M. Hall, y A. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism*, 143-154. New Jersey – United States of America, John Wiley and Sons.
- Hartwell, H., Fyall, A., Willis, C., Page, S., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2018). Progress in tourism and destination wellbeing research. *Current Issues in Tourism*, 21(16), 1830-1892.
- Hatipoglu, B., Alvarez, M.D., & Ertuna, B. (2016). Barriers to stakeholder involvement in the planning of sustainable tourism: the case of the Thrace region in Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 111, 306-317.

- Hermosa del Vasto, P.M., y Arco Castro, M.L. (2024). Inteligencia Artificial (IA) en turismo sostenible: Análisis bibliométrico. *Cuadernos de Turismo*, 53, 157-185.
- Hossen, M.A. (2016). Participatory mapping for community empowerment. *Asian Geographer*, 33(2), 97-113.
- Hunter, W.C., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015). Constructivist research in smart tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 103-118.
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2023). Cuenta satélite del turismo de España. Año 2022. [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)
- Iqbal, A., Ramachandran, S., Siow, M.L., Subramaniam, T., & Afandi, M. (2022). Meaningful community participation for effective development of sustainable tourism: bibliometric analysis towards a quintuple helix model. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100523.
- Larrosa Rocamora, J.A., Amat Montesinos, X., & Cortés Samper, C. (2023). Aproximación conceptual a las tipologías turísticas. Propuesta de Clasificación. *Cuadernos de Turismo*, 51, 51-77.
- Lee, T.H., & Jan, F.H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Liburd, J., Duedahl, E., & Heape, C. (2022). Co-designing tourism for sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2298-2317.
- Liburd, J., Menke, B., & Tomej, K. (2023). Activating socio-cultural values for sustainable tourism development in natural protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(6), 1182-1200.
- López, A.L., y Martínez, O.R. (2015). Las TIC en el sector turístico colombiano. Bogotá – Colombia, Editorial Universidad Autónoma de Colombia.
- López Díaz, G.S., y Sastre Espada, J. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana. Revista De Investigación En Turismo*, 1(2), 009.
- Lopez Rodríguez, A.L., y López Rodríguez, S.A. (2018). Impacto de las TIC en el turismo: caso colombiano. *Cuadernos de Turismo*, 41, 399-418.

- López-Zurita, P., Vázquez Amador, M., y Lario de Oñate, M.C. (2018). El concepto de sostenibilidad turística en los libros de inglés aplicado al turismo. *Cuadernos de Turismo*, 42, 261-284.
- Losada, M.N., Alén, E., y Domínguez, T. (2015). Análisis de los determinantes de la decisión de viajar de los seniors españoles. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(1), 1-20.
- MacInnis, D.J. (2011). A framework for conceptual contributions in marketing. *Journal of Marketing*, 75(4), 136-154.
- Martínez, P., & Rodríguez del Bosque, I. (2018). Determinación del papel de las características demográficas de los consumidores en el proceso de formación de lealtad basada en aspectos socialmente responsables. *Cuadernos de Turismo*, 42, 317-333.
- Merinero-Rodriguez, R., & Pulido-Fernandez, J.I. (2016). Analysing relationships in tourism: a review. *Tourism Management*, 54, 122-135.
- Mesquida Ferrando, J. (2011). La Política Turística Española en el actual contexto económico. *Papeles de Economía Española*, 128. Accesible en [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PEE/128art06.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/128art06.pdf)
- Mihalic, T., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dávid, L.D. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: a bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13(2), 853.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). Estrategia de sostenibilidad turística en destinos. Disponible en [https://turismo.gob.es/es-es/Novidades/Documents/0Estrategia\\_Sostenibilidad\\_Turistica\\_Destinos.pdf](https://turismo.gob.es/es-es/Novidades/Documents/0Estrategia_Sostenibilidad_Turistica_Destinos.pdf)
- Montañas del Río, M.A., Rodríguez Cornejo, V., y Ruiz Rodríguez, M. (2023). La Influencia del género en el emprendimiento turístico innovador: Una revisión sistemática de la literatura. *Cuadernos de Turismo*, 52, 195-217.
- Moscardo, G., Konovalov, E., Murphy, L., McGehee, N.G., & Schurmann, A. (2017). Linking tourism to social capital in destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 286-295.
- Mwesiumo, D., Halfdanarson, J., & Shlopak, M. (2022). Navigating the early stages of a large sustainability-oriented rural tourism development project: Lessons from Træna, Norway. *Tourism Management*, 88, 104456.

- Neme-Chaves, S.R., Forero-Molina, S.C., y Ortiz, L.V.L. (2023). Modelo de la conducta planificada para la promoción del turismo civilizado: Caso Villa de Leyva (Boyacá, Colombia). *Revista CEA*, 9(19), 2469.
- Nguyen, T.B.T., Chau, N.T., & Vo L.X.S. (2018). Applying network analysis in assessing stakeholders' collaboration for sustainable tourism development: A case study at Danang, Vietnam. *International Journal of Tourism Policy*, 8(3), 244-270.
- Pahrudin, P., Liu, L.W., & Li, S.Y. (2022). What is the role of tourism management and marketing toward sustainable tourism? A bibliometric analysis approach. *Sustainability*, 14(7), 4226.
- Palmer, N.J., & Chuamuangphan, N. (2018). Governance and local participation in ecotourism: community-level ecotourism stakeholders in Chiang Rai province, Thailand. *Journal of Ecotourism*, 17(3), 320-337.
- Papatheodorou, A., & Song, H. (2005). International tourism forecasts: Time-series analysis of world regional data. *Tourism Economics*, 11(1), 11-23.
- Payini, V., Kamath, G.B., Kamath, V.P.V., Mallya, J. (2024). Trends and patterns in Indian sustainable tourism development literature: a bibliometric analysis and visualisation. *International Journal of Tourism Policy*, 14(2), 188-206.
- Peric, M., & Djurkin, J. (2014). Systems thinking and alternative business model for responsible tourist destination. *Kybernetes*, 43(3/4), 480-496.
- Pikkemaat, B., Peters, M., & Bichler, B.F. (2019). Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 184-196.
- Robinson, V.M., & Scheanzel, H.A. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *Journal of Tourism Futures*, 5(2), 127-141.
- Rodríguez-Díaz, M., & Espino-Rodríguez, T. (2008). A model of strategic evaluation of a tourism destination based on internal and relational capabilities. *Journal of Travel Research*, 46(4), 368-380.
- Rodríguez Herrera, I., & Pulido Fernández, J. (2010). Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano. *Cuadernos de Turismo*, 25, 125-146.
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). London, SAGE Publications Ltd.

- Shepherd, D.A., & Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 137-163.
- Smith, M.K., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1-13.
- Sorensen, F., Baerenholdt, J.O., & Greve, K.A.G.M. (2019). Circular economy tourist practices. *Current Issues in Tourism*, 23(22), 2762-2765.
- Spanuth, A., & Urbano, D. (2024). Exploring social enterprise legitimacy within ecosystems from an institutional approach: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 26, 211-231.
- United Nations, UN. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Disponible en <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- United Nations Environment Programme, UNEP. (2005). Making tourism more sustainable: a guide for policy makers. Disponible en <https://www.unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers>
- Velasco González, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España field of tourism in Spain (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42(September 2005), 169-195.
- Verma, V.K., Chandra, B., & Kumar, S. (2019). Values and ascribed responsibility to predict consumers’ attitude and concern towards green hotel visit intention. *Journal of Business Research*, 96, 206-216.
- Vidal-Serrano, L., Rodríguez-Antón J.M., Rubio-Andrada, L., & Narbona-Reina, B. (2022). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como herramientas de gestión turística sostenible: un análisis bibliométrico. *Cuadernos de Turismo*, 50, 405-408.
- Vigolo, V., & Confente, I. (2013). Older tourists: An exploratory study on online behaviour. In Xiang, Z. & Tussyadiah, L. (eds.). *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Lugano: Springer International Publishing Switzerland, 439-452.
- Walsh, G., Evanschitzky, H., & Wunderlich, M. (2008). Identification and analysis of moderator variables. Investigating the customer satisfaction-loyalty link. *European Journal of Marketing*, 42(9-10), 977-1004.

Walters, P. (2021). Are generation Z ethical consumers? In N. Stylos, R. Rahimi, B. Okumus & S. Williams (Eds). Generation Z marketing and management in tourism and hospitality, 303-325. Palgrave Macmillan.

Wondirad, A., Tolkach, D., & King, B. (2020). Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*, 78, 104024.

World Tourism Organization and United Nations Development Programme, UNWTO. (2017). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Madrid, UNWTO.

World Travel & Tourism Council, WTTC. (2024). Economic Impact Research. Disponible en <https://wtcc.org/research/economic-impact>

## Apéndice

**Tabla A1.** Codificación definitiva para el análisis de contenido de la literatura revisada

Código	Tema	Código	Tema
<b>1</b>	<b><i>Dimensión económica</i></b>	<b>3</b>	<b><i>Dimensión medioambiental</i></b>
1.1	Crecimiento sostenible	3.1	Crecimiento sostenible
1.2	Preservación de los valores naturales y culturales	3.2	Preservación de los valores naturales y culturales
1.3	Beneficio social	3.3	Beneficio social
1.4	Participación y gobernanza	3.4	Participación y gobernanza
1.5	Adaptación permanente	3.5	Adaptación permanente
1.6	Transformación competitiva	3.6	Transformación competitiva
1.7	Espacio turístico, empresas y personas	3.7	Espacio turístico, empresas y personas
1.8	Producto, marketing e inteligencia turística	3.8	Producto, marketing e inteligencia turística
<b>2</b>	<b><i>Dimensión institucional</i></b>	<b>4</b>	<b><i>Dimensión social</i></b>
2.1	Crecimiento sostenible	4.1	Crecimiento sostenible
2.2	Preservación de los valores naturales y culturales	4.2	Preservación de los valores naturales y culturales
2.3	Beneficio social	4.3	Beneficio social
2.4	Participación y gobernanza	4.4	Participación y gobernanza

continúa en la página siguiente

<b>Código</b>	<b>Tema</b>	<b>Código</b>	<b>Tema</b>
2	<i>Dimensión institucional</i>	4	<i>Dimensión social</i>
2.5	Adaptación permanente	4.5	Adaptación permanente
2.6	Transformación competitiva	4.6	Transformación competitiva
2.7	Espacio turístico, empresas y personas	4.7	Espacio turístico, empresas y personas
2.8	Producto, marketing e inteligencia turística	4.8	Producto, marketing e inteligencia turística

---

Fuente: autor.