

**ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS
SEGÚN SU TIPOLOGÍA: EL CASO DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

27k

Laura Vidal-Serrano

Profesora Ayudante. Departamento de Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid.
Módulo E-VIII. Despacho 303.
Calle Francisco Tomás y Valiente, 5, 28049 Madrid (España)

Luis Rubio-Andrada

Profesor Titular. Departamento de Economía Aplicada. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid.
Módulo E-XII. Despacho 205.
Calle Francisco Tomás y Valiente, 5, 28049 Madrid (España)

José Miguel Rodríguez-Antón

Catedrático. Departamento de Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid.
Módulo E-VIII. Despacho 305.
Calle Francisco Tomás y Valiente, 5, 28049 Madrid (España)

Sosa-Varela

Decano. División de Negocios, Turismo y Emprendimiento. Universidad Ana G. Méndez.
6XRV+Q6H, Rio Grande Road, Juncos, Gurabo 00777 (Puerto Rico)

Área Temática: Turismo (k)

ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS SEGÚN SU TIPOLOGÍA: EL CASO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

RESUMEN

En el presente trabajo se ha analizado el grado de sostenibilidad de las organizaciones turísticas que actúan en la Comunidad de Madrid (CM), considerando las tres dimensiones que conforman la sostenibilidad global – económica, social y ambiental –, para, a continuación, analizar si el nivel de sostenibilidad logrado por las organizaciones pertenecientes a los principales subsectores existentes en este ámbito – empresas de hostelería, restauración, guías turísticos, entidades públicas o asociaciones de desarrollo turístico, museos o exposiciones y empresas de ocio, deporte o entretenimiento – es homogéneo. Para la consecución de estos objetivos se ha utilizado una metodología cuantitativa basada en un cuestionario estructurado de preguntas cerradas al que se ha aplicado un análisis estadístico descriptivo complementado por un contraste no paramétrico efectuado a través de la prueba de Kruskal-Wallis.

Palabras clave: sector turismo, sostenibilidad, turismo sostenible, TIC, organizaciones turísticas.

ABSTRACT

This study examines the degree of sustainability of tourism organizations operating in the Region of Madrid, considering the three dimensions that constitute overall sustainability - economic, social, and environmental - and subsequently analyses whether the level of sustainability achieved by organizations belonging to the main subsectors in this field - hospitality businesses, restaurants, tourist guides, public entities or tourist development associations, museums or exhibitions, and leisure, sports, or entertainment companies - is homogeneous. To achieve these objectives, a quantitative methodology has been employed, utilizing a structured questionnaire consisting of closed-ended questions. Descriptive statistical analysis has been supplemented by a non-parametric test conducted through the Kruskal-Wallis test.

Keywords: tourism sector, sustainability, sustainable tourism, ICT, tourism organizations.

1. INTRODUCCIÓN

La globalización ha puesto al sector turismo al alcance de la clase media, convirtiéndolo en uno de los sectores más importantes de la economía a nivel mundial (Streimikiene et al., 2021). Sin embargo, la actividad turística puede generar impactos negativos en los recursos de los destinos y en la población local. En respuesta a este problema, surge el concepto del turismo sostenible, que busca minimizar los impactos negativos en el medio ambiente, la sociedad y la economía, mientras maximiza los impactos positivos (Dangi & Jamal, 2016). Para lograrlo, se busca compaginar las necesidades de los turistas con las de la comunidad anfitriona y el medio ambiente (Streimikiene et al., 2021), mediante prácticas respetuosas con el entorno, la conservación del patrimonio cultural y el desarrollo económico local (Rebollo & Baidal, 2003). Es esencial incluir a las comunidades locales en la planificación y gestión de las actividades turísticas, considerando, de forma transversal, los intereses de los diversos grupos afectados por este sector.

Con el fin de promover la sostenibilidad en el sector turismo, las TIC pueden fomentar la inclusión de la población local en los procesos de toma de decisiones, contribuyendo así a mejorar la interacción entre las Administraciones Públicas, las organizaciones privadas y los ciudadanos que habitan en los destinos turísticos (He et al., 2017). Dado que cada vez se está produciendo una mayor presión para que el sector turismo sea más sostenible, muchas organizaciones ya han adoptado sus propias prácticas de turismo sostenible, aunque en ocasiones estas iniciativas se han limitado a simples campañas de marketing en lugar de propuestas reales de mejora. Dado que las organizaciones turísticas desempeñan un papel fundamental en la promoción del turismo sostenible, es importante que adopten prácticas sostenibles para mitigar los posibles impactos negativos de la actividad turística, y como tienen un papel crucial en la promoción del turismo sostenible, es importante que adopten prácticas sostenibles para mitigar los posibles impactos negativos que pueda generar su actividad.

El presente trabajo parte del análisis del grado de sostenibilidad de las organizaciones turísticas de la Comunidad de Madrid (CM), clasificándolas en empresas de hostelería, restauración, guías turísticos, entidades públicas y/o asociaciones de desarrollo, museos o exposiciones y empresas de ocio, deporte o entretenimiento. Para ello, se han considerado las tres dimensiones que conforman la sostenibilidad – económica, social y ambiental – y se ha buscado si existe alguna relación entre su grado de sostenibilidad y el grado de presencia y uso que estas organizaciones hacen de la tecnología. Se ha seleccionado el caso de la CM debido a la importancia del sector turismo en su economía. Según datos de 2019, el turismo representó el 6,1% del PIB regional (Comunidad de Madrid, 2023). Además, la CM cuenta actualmente con una oferta turística sólida y diversificada, que va más allá de Madrid capital. La región cuenta con municipios que amplían las oportunidades turísticas, ofreciendo también otras formas de turismo, como el rural y el activo/naturaleza, lo que la convierte en una de las mejores opciones de turismo cultural, rural, de negocios, gastronómico, de compras, activo y de entretenimiento en Europa (Comunidad de Madrid, s.f.). En el ranking español de afiliados a la seguridad social en hostelería y agencias de viajes, la CM ocupa el tercer lugar, con un 13,2% del total, siendo superada únicamente por Andalucía (17,6%) y Cataluña (16%) (Comunidad de Madrid, 2022).

Conviene recordar, por último, que el momento de realización del presente estudio se enmarca en un contexto de fuerte crecimiento turístico tras los años de crisis provocada por la pandemia sanitaria provocada por la COVID-19. Por lo tanto, la realidad nos sitúa ante un escenario en el que el uso de las nuevas tecnologías se torna indispensable para garantizar el desarrollo turístico a través de una información que permita analizar la demanda y ajustar la oferta de forma sostenible. Este trabajo resulta especialmente relevante tanto para la academia como para los profesionales del sector turismo, no solo por la novedad de analizar las diferentes organizaciones turísticas y su relación con las TIC y la sostenibilidad, sino por las claves de futuro que surgen como consecuencia de los resultados obtenidos.

2. MARCO TEÓRICO

Este estudio abarca dos conceptos que se analizan con el objetivo de comprender su interrelación: el sector turismo y sus diferentes subsectores y su nivel de sostenibilidad. Para ello, en primer lugar, se analizan los diferentes subsectores que existen en la industria turística para, a continuación, exponer el concepto de sostenibilidad y cómo ha evolucionado en el ámbito turístico en las últimas décadas.

2.1. El sector turismo y los diferentes subsectores

El sector turismo desempeña un papel fundamental en la economía mundial, ya que contribuye significativamente al crecimiento económico, la generación de empleo y el desarrollo social (Sofronov, 2018). Sin embargo, su evolución se ha visto

considerablemente afectada por la pandemia COVID-19, que ha tenido graves repercusiones y ha afectado a muchas economías de todo el mundo (Afanasiev & Afanasieva, 2021).

La industria turística está compuesta por un elevado número de subsectores, entre los que destacan las empresas de hostelería, restauración, agencias de viajes, guías turísticos, entidades públicas y asociaciones de desarrollo, empresas de organización de eventos y congresos, ocio, deporte y museos, entre otros. Cada subsector desempeña un papel fundamental en el crecimiento y desarrollo del sector turismo en su conjunto. Al reconocer sus funciones y responsabilidades, las diferentes organizaciones de estos subsectores pueden trabajar juntas para promover el desarrollo sostenible de los destinos turísticos en los que operan, así como para atraer más visitantes a dichos destinos. Con el fin de no hacer demasiado prolijo el presente trabajo, se ha optado por seleccionar, tan solo, algunos de los más significativos subsectores, todos ellos de especial relevancia para la actividad turística a nivel mundial.

Las empresas de hostelería y restauración constituyen un componente esencial dentro de la industria ya que el crecimiento de este subsector impacta de manera directa en el desarrollo de los destinos turísticos de cualquier país (Urbano et al., 2010). Servicios como la comida y la bebida, el alojamiento y la recreación tienen una influencia significativa en los niveles de satisfacción de los turistas y, en consecuencia, en su intención de volver a visitar el lugar (Tapak et al., 2019). Por otro lado, los guías turísticos siguen desempeñando un papel importante a la hora de configurar las experiencias de los visitantes ya que proporcionan información detallada sobre las atracciones, la cultura y las tradiciones locales, y son la imagen de la cultura y la historia del país (Sofronov, 2018). Los guías turísticos también tienen la capacidad de crear conexiones emocionales entre los visitantes y el destino, lo que los convierte en actores importantes de esta industria. Las entidades públicas y/o asociaciones de desarrollo juegan un papel crítico y distintivo en el sector turismo. Mientras que los subsectores como la hostelería y la restauración se centran en proporcionar servicios directos a los turistas, las entidades públicas y las asociaciones de desarrollo tienen responsabilidades más amplias y estratégicas. A menudo están encargados de la planificación del desarrollo turístico, la creación y ejecución de políticas de turismo, y la coordinación entre varios actores y subsectores en la industria turística. Además, pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la sostenibilidad en el sector, a través de la implementación de políticas y programas de turismo sostenible, y el apoyo a la adopción de prácticas sostenibles por parte de las empresas de turismo. Los gobiernos de todo el mundo reconocen la importancia de apoyar a la industria turística y, como tal, a menudo crean entidades públicas dedicadas a garantizar el desarrollo de la industria (Urbano et al., 2010).

Por otro lado, las empresas de museos o exposiciones y las empresas de ocio, deporte o entretenimiento en el sector turismo también desempeñan un papel fundamental en la conservación, promoción y desarrollo tanto del patrimonio cultural y artístico como de las actividades recreativas y de entretenimiento para los turistas. Estas instituciones ofrecen a los visitantes la oportunidad de explorar y aprender sobre la historia, cultura y artes de una región o país, así como de disfrutar de experiencias lúdicas durante sus viajes. Además de su función educativa y recreativa, estas empresas generan impacto económico al atraer turistas y visitantes, impulsando así el desarrollo local y regional, fomentando la diversificación de la oferta turística y promoviendo la conservación y valoración del patrimonio cultural y natural, a la vez que generan empleo y desarrollo económico en las comunidades locales. La creación y aplicación de planes de desarrollo turístico sostenible son necesarias para el éxito a largo plazo de los destinos (Higgins, 1996).

2.2. El concepto de sostenibilidad y su aplicación a la actividad turística

El concepto de sostenibilidad ha ganado mucha relevancia en los últimos años y se ha convertido en un concepto indispensable para el sector turismo. Los académicos han definido la sostenibilidad en el turismo durante las últimas décadas de diversas maneras. Tepelus (2005) afirmó que el turismo sostenible equilibra las necesidades de los turistas, la industria turística, las comunidades anfitrionas y el medio ambiente. Saarinen (2014) destacó que la sostenibilidad se ha convertido en un importante marco político para el turismo y las entidades y administraciones regionales que orienta su planificación y desarrollo.

Se han utilizado diversos marcos para estudiar la sostenibilidad en el turismo. Por ejemplo, la teoría de Rogers sobre la difusión de la innovación, descrita por Dibra (2015), es un modelo teórico utilizado para comprender los factores que influyen en las empresas para que adopten prácticas de turismo sostenible. Los marcos teóricos utilizados en muchos estudios suelen reducir la sostenibilidad a sus dimensiones ambientales o sociales, y consideran estos pilares como cuestiones separadas (Galuppo et al., 2020). Sin embargo, Moscardo y Murphy (2014) argumentaron que separar las dimensiones ambiental, económica y social de la sostenibilidad conduce a un enfoque "fragmentario", siendo necesario adoptar un enfoque holístico si se quiere abordar verdaderamente este concepto.

Nyaupane et al., (2018) evaluaron la sostenibilidad de los sistemas turísticos utilizando un enfoque socio ecológico, y llegaron a la conclusión de que el desarrollo turístico avanza hacia la sostenibilidad en muchos destinos, aunque las condiciones actuales no cumplen el estado ideal previsto por el concepto de turismo sostenible. La preservación de los atributos ambientales impone límites a la expansión de la industria turística, según el concepto de capacidad de carga (González & León, 2001). El concepto de sostenibilidad en el turismo se ha convertido en esencial en el sector, y los académicos han definido, estudiado y aplicado la sostenibilidad de diversas maneras, utilizando diferentes marcos teóricos. No obstante, comprender la interrelación entre las dimensiones medioambiental, económica y social de la sostenibilidad es crucial para desarrollar prácticas sostenibles en el sector.

3. METODOLOGÍA

Para la consecución del objetivo propuesto se ha empleado una metodología cuantitativa basada en un cuestionario estructurado de preguntas cerradas dirigido exclusivamente a los profesionales del sector turismo de la CM. Para el presente estudio, se han considerado cuatro grandes bloques. Tras una serie de preguntas orientadas a identificar aspectos sociodemográficos de los participantes, se analizan aspectos vinculados a) con la dimensión social de la sostenibilidad de la organización en la que desarrollan su actividad profesional principal; b) aspectos vinculados con la dimensión económica; y c) aspectos relacionados con la dimensión ambiental. Con la finalidad de establecer los elementos que configuraron el cuestionario, se han tenido en cuenta únicamente artículos publicados en revistas indexadas en la base de datos WoS y para la realización y difusión del cuestionario se empleó la herramienta Google Forms.

El primer bloque del cuestionario (véase la Tabla 1 del apartado siguiente) está orientado a conocer los datos personales de los participantes; teniendo en cuenta elementos básicos como el género, la edad o el nivel de estudio. Sin embargo, al tratarse de un cuestionario dirigido principalmente a profesionales del sector turismo, se les solicita información más específica y relevante para el estudio como el subsector al que pertenecen, o la tipología de turismo que practican sus clientes, su categoría profesional y su antigüedad en la empresa donde realizan su actividad principal.

Los tres bloques siguientes se plantean en una escala de respuesta de Likert de 11 puntos (del 0 al 10) (véase la Tabla 2 del apartado siguiente) y toman como referencia el concepto de la Triple Cuenta de Resultados presentada en Elkington (1997).

El segundo bloque está orientado a la dimensión social de las organizaciones. Esta dimensión está ganando mayor peso en los últimos años y se relaciona, sobre todo, con el empoderamiento, la igualdad y la diversidad. Los académicos abogan por la diversidad ya que nos puede ayudar a conseguir un mayor espectro de conocimientos, experiencias y perspectivas (Sundström & Mickelsson, 2020). Además, también hay que tener en cuenta otros factores clave que impulsan la sostenibilidad social en una empresa como la formación continua de los empleados, la posibilidad de conciliación laboral o sus condiciones en términos de salario y seguridad (Yang et al., 2019).

El tercer bloque del cuestionario está dirigido a la dimensión económica. En este caso, aunque son muy conocidos los recursos y las ratios de los que dispone una empresa para medir su rentabilidad económica, existen más elementos que deben tenerse en cuenta para garantizar que esta dimensión contribuya a la sostenibilidad de la organización. Algunos de estos elementos están relacionados con que los empleados sientan que su salario está acorde con la actividad que desempeñan, que las empresas mantengan relaciones éticas con todos los actores con los que interactúan – clientes, proveedores, etc. – y que establezcan precios acordes a los productos o servicios que están ofertando (Yang et al., 2019). Por otro lado, Vargas-Sánchez (2019) subraya la importancia de que las empresas turísticas emprendan la transición hacia un modelo de producción basado en la economía circular (EC), entendiéndose esta como "un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido".

El sector turismo experimentará en un futuro cercano la aplicación de este modelo económico y, más allá de ello, deberá impulsar esta transición; no solo por su peso en la economía global sino por las repercusiones que tanto positivas como negativas que genera (Rodríguez-Antón, 2018). Siguiendo la línea que nos plantea este concepto, el cuarto bloque se centra en la dimensión ambiental. En este sentido, las organizaciones deben focalizar sus esfuerzos en desarrollar estrategias orientadas a la disminución del consumo de recursos y a la disminución de residuos y deshechos. También es fundamental que la organización recicle y reutilice estos recursos en la medida de lo posible. Otro de los objetivos principales de la EC es la mejora en la utilización de energías, donde prioritariamente deben emplearse energías de tipo renovable (Rodríguez-Antón & Alonso-Almeida, 2021) y desarrollar estrategias orientadas a la protección y cuidado de la biodiversidad del territorio donde desarrolla su actividad profesional.

Una vez obtenidas las respuestas de este cuestionario, se plantea si están condicionadas por el subsector al que pertenecen los que respondieron, utilizándose el contraste no paramétrico de Kruskal-Wallis. Dicha prueba se utiliza para comparar si tres o más grupos proceden de la misma población, no exigiendo el cumplimiento de los supuestos de normalidad e igualdad de varianzas, exigidos en las pruebas paramétricas como el análisis de la varianza, de forma que esta prueba ayuda a determinar si existen diferencias significativas entre los grupos comparados. Todo ello ha sido realizado empleando el paquete estadístico SPSS.

4. RESULTADOS

El cuestionario mencionado fue respondido por 207 profesionales del sector turismo de la CM, cuyos resultados sociodemográficos se recogen en la Tabla 1. Como puede

comprobarse en la misma, se observa que la mayoría de los que respondieron eran mujeres, en el rango de edad de 35 a 49 años, seguido de aquellos/as que tienen entre 21 y 34 años. Respecto al nivel de estudios, en la región predominan aquellos que indican tener estudios universitarios de licenciatura o grado (49,8%) y estudios universitarios de máster o doctorado (29,5%). En cuanto al sector en el que suelen trabajar destacan: hostelería (40,9%), entidades públicas y/o asociaciones de desarrollo (19,2), guía turístico (12,3%) y restauración (9,9%), que son parte de los seis empleados en el contraste de Kruskal-Wallis cuyos resultados se comentarán más adelante. Además, estos/as profesionales suelen ocupar puestos administrativos, técnicos o similares (39,8%), aunque también lo son los puestos de director general o similar y jefe de departamento o similar. Por último, la mayoría lleva poco tiempo en el puesto, es decir, de 1 a 5 años (25,2%), o mucho, de 11 a 20 años (25,7%),

Tabla 1 – Características Sociodemográficas (porcentajes validos)

| Pregunta | Categoría | Porcentaje |
|-----------|---|------------|
| Género | Masculino | 35,3 |
| | Femenino | 61,8 |
| | Otro | 2,9 |
| Edad | <20 | 1,4 |
| | 21-34 | 35,7 |
| | 35-49 | 36,7 |
| | 50-64 | 23,2 |
| | >64 | 2,9 |
| Estudios | Secundaria o menor | 4,8 |
| | Bachillerato y FP de grado medio | 15,9 |
| | Estudios universitarios de licenciatura o grado | 49,8 |
| | Estudios universitarios de máster o doctorado | 29,5 |
| Subsector | Restauración | 9,9 |
| | Hostelería | 40,9 |
| | Agencia de Viajes | 3,0 |
| | Empresa de Ocio, Deporte o Entretenimiento | 7,4 |
| | Empresa de Eventos o Congresos | 2,0 |
| | Empresa de Museos o Exposiciones | 5,4 |
| | Entidad Pública y/o Asociaciones de Desarrollo | 19,2 |
| | Guía Turístico | 12,3 |
| Categoría | Director general o similar | 21,4 |
| | Jefe de departamento o similar | 21,4 |
| | Supervisor o similar | 8,0 |
| | Administrativo, técnico o similar | 39,8 |

| | |
|--------------------|------|
| Auxiliar o similar | 9,5 |
| Antigüedad <1 | 16,0 |
| 1-5 | 25,2 |
| 6-10 | 16,0 |
| 11-20 | 25,7 |
| >20 | 17,0 |

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del SPSS.

Las puntuaciones medias y desviaciones típicas que otorgaron los profesionales a los ítems relacionados con las tres dimensiones de sostenibilidad y las tecnologías empleadas en las organizaciones turísticas están recogidos en la Tabla 2.

Tabla 2 – Medias y Desviaciones Típicas de los ítems.

| | ítem | Media | Sx |
|--------------------------|--|-------|-----|
| SOSTENIBILIDAD SOCIAL | V9 Paridad de género: la tasa de porcentaje femenina y masculina es equitativa | 7,1 | 2,6 |
| | V10 La organización favorece la compatibilidad entre familia, trabajo y ocio | 7,0 | 2,6 |
| | V11 La organización fomenta la integración multicultural | 7,6 | 2,3 |
| | V12 La organización proporciona formación continua a la plantilla y fomenta la carrera profesional dentro de la misma | 6,5 | 2,8 |
| | V13 Condiciones laborales de la plantilla en términos de seguridad y comodidad | 7,5 | 2,3 |
| SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA | V14 Retribución de los/as empleados/as | 6,8 | 2,2 |
| | V15 La organización mantiene relaciones éticas con todos los actores (clientes, proveedores...) | 7,9 | 2,1 |
| | V16 La organización propicia condiciones en su gestión para la consecución de la transición hacia una economía circular; entendiéndose esta como "un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido" (Parlamento Europeo, 2016) | 6,7 | 2,3 |
| | V17 Relación calidad-precio con el servicio o producto ofertado | 7,8 | 1,9 |
| | V18 Estabilidad financiera de la organización: en beneficio o crecimiento potencial | 7,1 | 2,2 |
| SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL | V19 La organización desarrolla estrategias orientadas a la disminución del consumo de recursos | 6,6 | 2,4 |
| | V20 La organización desarrolla estrategias orientadas a la protección y cuidado de la biodiversidad del territorio donde desarrolla su actividad | 6,3 | 2,8 |
| | V21 La organización hace uso de energía renovable y no contaminante | 5,1 | 2,8 |
| | V22 La organización desarrolla estrategias orientadas a la disminución de residuos y deshechos | 6,5 | 2,6 |
| | V23 La organización recicla y reutiliza los recursos | 6,7 | 2,5 |
| | V24 La organización consume y/o utiliza productos de proximidad | 6,9 | 2,5 |

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del SPSS.

Nota: Los resultados se refieren a una escala de respuesta de Likert de 11 puntos, de 0 a 10.

| | | | | | | | |
|--|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| V9 Paridad de género: la tasa de porcentaje femenina y masculina es equitativa | 0,09 | 72,2 | 102,3 | 109,8 | 90,1 | 84,4 | 110,8 |
| V10 La organización favorece la compatibilidad entre familia, trabajo y ocio | 0,00 | 72,2 | 85,8 | 133,0 | 121,2 | 112,4 | 98,0 |
| V11 La organización fomenta la integración multicultural | 0,00 | 46,0 | 108,6 | 113,1 | 102,4 | 82,7 | 105,1 |
| V12 La organización proporciona formación continua a la plantilla y fomenta la carrera profesional dentro de la misma | 0,01 | 68,2 | 106,5 | 109,7 | 116,0 | 78,5 | 96,8 |
| V13 Condiciones laborales de la plantilla en términos de seguridad y comodidad | 0,00 | 60,6 | 103,3 | 129,0 | 105,4 | 86,1 | 91,2 |
| V14 Retribución de los/as empleados/as | 0,16 | 78,0 | 102,7 | 100,5 | 68,2 | 90,1 | 107,9 |
| V15 La organización mantiene relaciones éticas con todos los actores (clientes, proveedores...) | 0,03 | 58,6 | 104,6 | 105,1 | 96,4 | 90,7 | 100,4 |
| V16 La organización propicia condiciones en su gestión para la consecución de la transición hacia una economía circular; entendiéndose esta como "un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido" (Parlamento Europeo, 2016) | 0,04 | 59,2 | 99,3 | 101,9 | 104,4 | 92,7 | 109,4 |
| V17 Relación calidad-precio con el servicio o producto ofertado | 0,08 | 81,9 | 89,7 | 122,2 | 123,7 | 88,9 | 99,2 |
| V18 Estabilidad financiera de la organización: en beneficio o crecimiento potencial | 0,00 | 75,2 | 114,2 | 93,3 | 83,6 | 71,4 | 77,9 |
| V19 La organización desarrolla estrategias orientadas a la disminución del consumo de recursos | 0,05 | 61,1 | 103,0 | 108,6 | 99,7 | 96,0 | 87,2 |
| V20 La organización desarrolla estrategias orientadas a la protección y cuidado de la biodiversidad del territorio donde desarrolla su actividad | 0,00 | 60,9 | 94,9 | 152,1 | 111,6 | 87,3 | 92,7 |
| V21 La organización hace uso de energía renovable y no contaminante | 0,34 | 77,2 | 103,4 | 96,5 | 84,8 | 86,0 | 90,9 |
| V22 La organización desarrolla estrategias orientadas a la disminución de residuos y deshechos | 0,05 | 68,3 | 98,6 | 124,4 | 103,7 | 85,1 | 98,6 |
| V23 La organización recicla y reutiliza los recursos | 0,15 | 73,8 | 96,1 | 120,6 | 109,8 | 87,3 | 98,4 |
| V24 La organización consume y/o utiliza productos de proximidad | 0,39 | 99,5 | 94,4 | 116,4 | 94,2 | 81,5 | 102,2 |

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados del SPSS.

Los resultados muestran la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre los subsectores a los que pertenecen los profesionales que respondieron el cuestionario. Esto ocurre, en concreto, en 9 de las 16 preguntas. Así, se detectan diferencias en: La organización favorece la compatibilidad entre familia, trabajo y ocio; La organización fomenta la integración multicultural; La organización proporciona formación continua a la plantilla y fomenta la carrera profesional dentro de la misma;

Condiciones laborales de la plantilla en términos de seguridad y comodidad; La organización mantiene relaciones éticas con todos los actores (clientes, proveedores...); La organización propicia condiciones en su gestión para la consecución de la transición hacia una economía circular; entendiéndose esta como "un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido" (Parlamento Europeo, 2016); Estabilidad financiera de la organización: en beneficio o crecimiento potencial; y La organización desarrolla estrategias orientadas a la protección y cuidado de la biodiversidad del territorio donde desarrolla su actividad. En todas estas cuestiones las respuestas fueron estadísticamente diferentes en función del sector en el que trabajaba el profesional de turismo encuestado.

Podría realizarse en análisis en profundidad consistente en determinar a qué son debidas estas diferencias en cada ítem, pero por economía de espacio no es posible. Si analizamos, a modo de ejemplo, el primero en el que hay diferencias significativas "La organización favorece la compatibilidad entre familia, trabajo y ocio", se observa que los rangos medios más altos (es decir los profesionales que otorgaron puntuaciones más altas) fueron los que trabajaban en las Empresa(s) de Ocio, Deporte o Entretenimiento (133,0) y Empresa(s) de Museos o Exposiciones (121,2); en cambio los que lo hacían en Restauración (72,2) y Hostelería (85,8) otorgaron las más bajas. Es, por tanto, en estos dos últimos sectores en los que habría que aplicar estrategias que aumentasen la compatibilidad entre familia, trabajo y ocio, de forma que se redujeran las diferencias intersectoriales en la industria turística y de paso se incrementasen los valores medios.

Aplicando este mismo razonamiento, el subsector en el que habría que intervenir más decididamente en términos de sostenibilidad es la restauración, dado que en 8 de las 9 preguntas en las que se produjeron diferencias significativas se han dado los rangos medios más bajos de los seis subsectores considerados. Justo lo contrario ocurre en las empresas de Ocio, Deporte o Entretenimiento, ya que 6 de las 9 preguntas efectuadas se dieron los rangos medios más elevados de estos subsectores.

Estas diferencias permiten saber en qué subsectores se han de implementar políticas públicas concretas o estrategias empresariales adecuadas, que persigan incrementar la sostenibilidad de sus organizaciones y, por ende, del sector turismo.

5. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En el actual escenario pospandémico, la actividad turística debe orientarse a la búsqueda de la minimización de sus impactos negativos en el medio ambiente, la sociedad y la economía de los destinos, al tiempo que intentar maximizar los impactos positivos en los tres aspectos básicos de la sostenibilidad del sector turismo.

El presente estudio ha analizado el grado de sostenibilidad de las organizaciones turísticas de la CM, la cual se presenta como un destino relevante para este estudio debido a la importancia del sector en su economía y a la diversidad de su oferta turística, que va más allá de Madrid capital. Los resultados de este estudio revelan un buen desempeño de las organizaciones turísticas de la CM en las dimensiones social y económica de la sostenibilidad. No obstante, se identificó la necesidad de mejorar en la dimensión ambiental, particularmente en la implementación de estrategias que fomenten el uso de energías renovables, la protección de la biodiversidad y la reducción de residuos y desechos.

En el presente estudio también se ha evidenciado que existen diferencias significativas entre el nivel de sostenibilidad de los principales subsectores turísticos que actúan en la CM. Por ejemplo, las empresas de ocio, deporte o entretenimiento mostraron mejores resultados en términos de sostenibilidad, mientras que el subsector de la restauración

obtiene puntuaciones más bajas en varias dimensiones. Estos resultados sugieren la necesidad de formular estrategias y políticas específicas en cada subsector para abordar las lagunas identificadas y promover la sostenibilidad de la industria turística en la CM.

Este estudio ofrece valiosas perspectivas para la academia, los profesionales y los responsables políticos del sector turismo de la CM, contribuyendo a la promoción de prácticas sostenibles en el contexto pospandémico. Como futuras líneas de investigación cabe indicar la posibilidad de ampliar el estudio, por un lado, al resto de Comunidades Autónomas, para determinar si la CM es más o menos sostenible que el resto de las comunidades del estado español desde el punto de vista turístico y, por otro, a otros sectores para determinar si el sector turismo es más o menos sostenible, en sus tres dimensiones, que el resto de los sectores de nuestra economía.

6. Bibliografía

- Afanasiev, O. E., & Afanasieva, A. V. (2021). Tourism Industry in Russia and Global Covid-19 Pandemic: Threats, Counteractions, Trends. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos - ABET*. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2021.V11.33306>
- Comunidad de Madrid. (n.d.). *Dirección General de Turismo*. Retrieved July 18, 2022, from <https://www.esmadrid.com/mcb/sede-servicio/direccion-general-de-turismo/>
- Comunidad de Madrid. (2022). *Datos de Afiliación a la Seguridad Social de Empleo Turístico - Abril 2022*. <https://www.turismomadrid.es/es/profesionales/estadisticas.html>
- Comunidad de Madrid. (2023). *Cuenta satélite del turismo*. https://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/economicas/otros/cst_ana.htm
- Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism.” *Sustainability 2016*, Vol. 8, Page 475, 8(5), 475. <https://doi.org/10.3390/SU8050475>
- Dibra, M. (2015). Rogers Theory on Diffusion of Innovation-The Most Appropriate Theoretical Model in the Study of Factors Influencing the Integration of Sustainability in Tourism Businesses. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1453–1462. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2015.06.443>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Ltd.
- Galuppo, L., Anselmi, P., & De Paoli, I. (2020). The Challenge of Generating Sustainable Value: Narratives About Sustainability in the Italian Tourism Sector. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2020.577612>
- González, M., & León, C. J. (2001). The Adoption of Environmental Innovations in the Hotel Industry of Gran Canaria. *Tourism Economics*, 7(2), 177–190. <https://doi.org/10.5367/000000001101297801>
- He, G., Boas, I., Mol, A. P. J., & Lu, Y. (2017). E-participation for environmental sustainability in transitional urban China. *Sustainability Science*, 12(2), 187–202. <https://doi.org/10.1007/S11625-016-0403-3/FIGURES/5>
- Higgins, B. R. (1996). The Global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourists, Tour Operators, and Local Businesses. *Journal of Travel Research*, 35(2), 11–18. <https://doi.org/10.1177/004728759603500203>
- Moscardo, G., & Murphy, L. (2014). There Is No Such Thing as Sustainable Tourism: Re-Conceptualizing Tourism as a Tool for Sustainability. *Sustainability*, 6(5), 2538–2561. <https://doi.org/10.3390/SU6052538>
- Nyaupane, G. P., Poudel, S., & Timothy, D. J. (2018). Assessing the Sustainability of Tourism Systems: A Social–Ecological Approach. *Tourism Review International*, 22(1), 49–66. <https://doi.org/10.3727/154427218X15202734130440>
- Rebollo, J. F. V., & Baidal, J. A. I. (2003). Measuring sustainability in a mass tourist destination: Pressures, Perceptions and policy responses in torre Vieja, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2–3), 181–203. <https://doi.org/10.1080/09669580308667202>
- Rodríguez-Antón, J. M. (2018). De la economía circular al turismo circular. La aparición de un nuevo paradigma económico - Dialnet. *XVIII Encuentro Internacional AECA*.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6709258>

- Rodríguez-Antón, J. M., & Alonso-Almeida, M. del M. (2021). ¿El turismo puede llegar a ser circular? - Dialnet. *Revista de La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 133, 35–38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7909145>
- Saarinen, J. (2014). Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism. *Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/SU6010001>
- Sofronov, B. (2018). The development of the travel and tourism industry in the world. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 18(4), 123–137. <https://doi.org/10.26458/1847>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/SD.2133>
- Sundström, A., & Mickelsson, K. (2020). Board and Top Management Social Sustainability Work in Cluster Organizations. *Sustainability 2020, Vol. 12, Page 8115*, 12(19), 8115. <https://doi.org/10.3390/SU12198115>
- Tapak, L., Abbasi, H., & Mirhashemi, H. (2019). Assessment of factors affecting tourism satisfaction using K-nearest neighborhood and random forest models. *BMC Research Notes*, 12(1), 1–5. <https://doi.org/10.1186/S13104-019-4799-6/TABLES/3>
- Tepelus, C. M. (2005). Aiming for sustainability in the tour operating business. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2003.12.018>
- Urbano, D., Toledano, N., & Ribeiro, D. (2010). Support policy for the tourism business: a comparative case study in Spain. *The Service Industries Journal*, 30(1), 119–131. <https://doi.org/10.1080/02642060802252050>
- Vargas-Sánchez, A. (2019). The new face of the tourism industry under a circular economy. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 203–208. <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2019-0077/FULL/PDF>
- Yang, M., Bento, P., & Akbar, A. (2019). Does CSR Influence Firm Performance Indicators? Evidence from Chinese Pharmaceutical Enterprises. *Sustainability 2019, Vol. 11, Page 5656*, 11(20), 5656. <https://doi.org/10.3390/SU11205656>