

INTEGRACIÓN DE LOS ODS
EN LA ASIGNATURA

Creación de empresas turísticas



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

VICERRECTORADO DE IGUALDAD,
INCLUSIÓN Y COMPROMISO SOCIAL
Área de Cooperación
y Solidaridad



Consejería de Inclusión
Social, Juventud, Familias
e Igualdad

Agencia Andaluza de
Cooperación Internacional
para el Desarrollo

Esta publicación se enmarca dentro del proyecto 2022UE003 “Integración Institucional de la A2030 en 4 centros de la UCO”, financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID).

Integración de los ODS en la asignatura: Creación de empresas turísticas. – Córdoba : UCOPress Editorial Universidad de Córdoba, 2025

21x29,7 cm, 28 pp. il. color

Thema: 5YS

Autoría: **Área de Cooperación y Solidaridad de la Universidad de Córdoba**

Campus Universitario de Rabanales

Ctra. Nacional IV, Km 396. 14071 Córdoba (España)

Tel.: (+34) 957 212 029 · area.cooperacion@uco.es

<https://www.uco.es/vidauniversitaria/cooperacion/>

1.ª edición octubre 2025

© Edita: **UCOPress. Editorial Universidad de Córdoba**, 2025

Campus Universitario de Rabanales

Ctra. Nacional IV, Km 396. 14071 Córdoba (España)

Tel.: (+34) 957 218 126

<https://ucopress.uco.es> · ucopress@uco.es

e-ISBN: 978-84-9927-940-4

DOI: <https://doi.org/10.21071/000087>

DL: CO 2288-2025



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

Coordinación: Ana Lamarca Moreno, *Área de Cooperación y Solidaridad de la Universidad de Córdoba.*

Colaboración académica: Virginia Navajas-Romero. *Profesora Permanente Laboral de la Facultad de Ciencias del Trabajo, Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada.*

Diseño y maquetación: **el alambre estudio creativo S.Coop And.** (elalambre.org)

Las imágenes que aparecen en esta guía son de licencia gratuita y han sido seleccionadas de Adobe Stock.

Impreso en papel reciclado



Este documento está bajo una licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 España

Se permite libremente copiar, distribuir y comunicar públicamente esta obra siempre y cuando se reconozca la autoría y no se use para fines comerciales. No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.



Unidad certificada con el nivel 4 del Programa Trébol

Creación de empresas turísticas



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



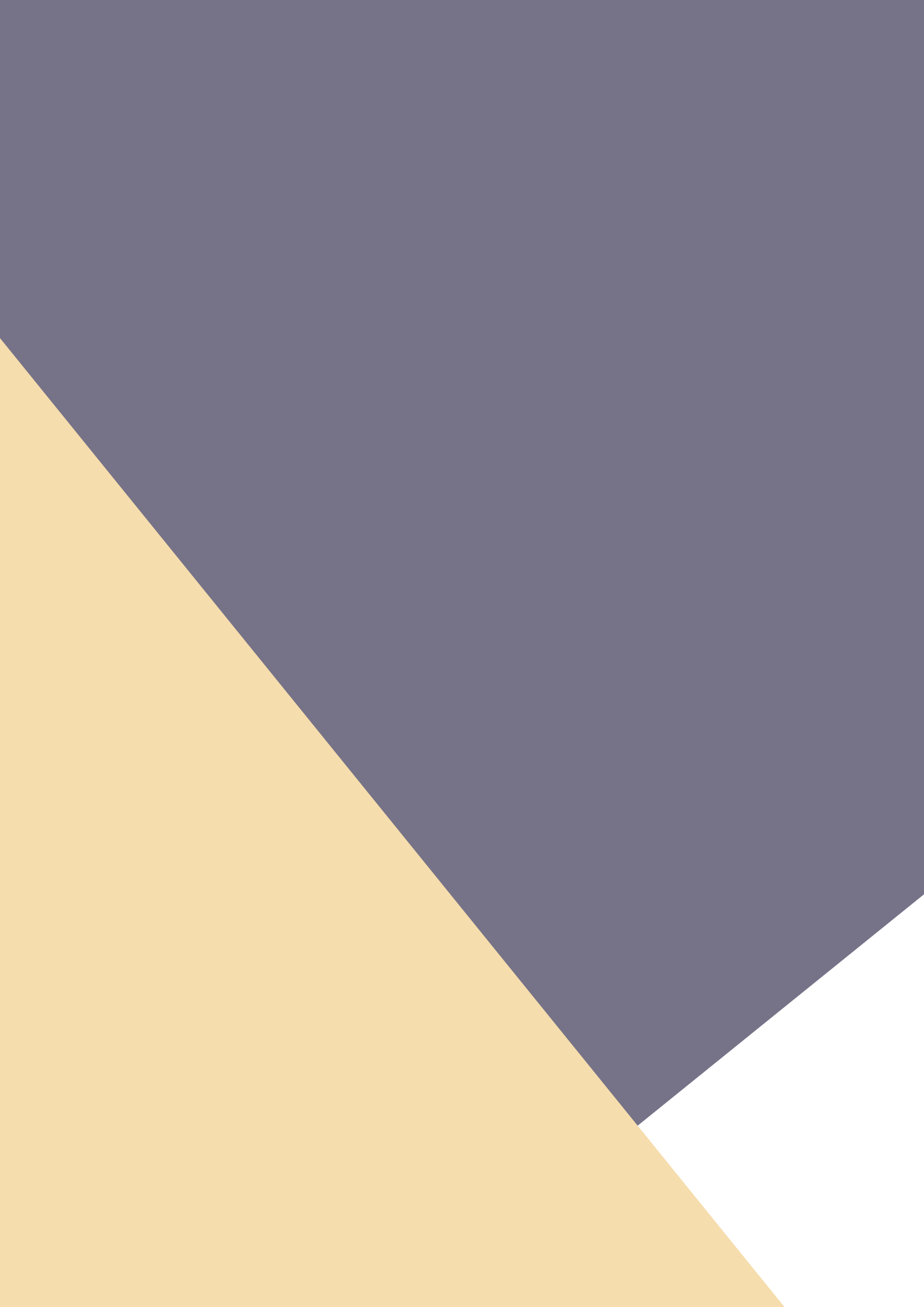
13 ACCIÓN POR EL CLIMA



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



| Índice

Introducción	7
Guía de recursos y buenas prácticas	10
Objetivos de Desarrollo Sostenible y Compromiso Social en las Empresas de Turismo Sostenible y Responsable	10
Entidades de interés	14
Herramientas de interés	16
Certificaciones para empresas del turismo sostenible	18
Estudios de caso	23



| Introducción

Las universidades son agentes clave en la consecución de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con un papel fundamental para formar e informar a la comunidad universitaria en conocimientos, hábitos y herramientas para abordar los desafíos del desarrollo sostenible en un mundo globalizado e interconectado.

Esto mismo se refleja en la Ley Orgánica del Sistema Universitario (LOSU), que establece el marco normativo para la integración de los principios de la Agenda 2030 en la educación superior. Asimismo, el Real Decreto 822/2021, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y el procedimiento de

aseguramiento de su calidad, subraya la importancia de integrar estos principios en la formación universitaria, incorporando contenidos y competencias.

La Facultad de Ciencias del Trabajo (FCT) de la Universidad de Córdoba, de cara a alinear su actividad con los ODS, aprobó en octubre de 2023 el **Plan de Acción para la Contribución a los ODS (2023-2027)**, en los que se priorizaron una serie de metas y ODS. La transversalización de los ODS en las asignaturas viene, por tanto, a responder al compromiso de la FCT por el Desarrollo Humano Sostenible en la Educación Superior, permitiendo cumplir y avanzar en la hoja de ruta establecida.

ODS		METAS		
ODS 4	Educación de calidad	4.4	4.7	4.c
ODS 5	Igualdad de género	5.1		5.2
ODS 8	Trabajo decente y crecimiento económico	8.9		
ODS 12	Consumo y producción sostenibles	12.2		
ODS 17	Alianzas para lograr los objetivos	17.4		



Plan de Acción para la Contribución de los ODS en la Facultad de Ciencias del Trabajo 2023-2027

<https://www.uco.es/organiza/centros/rlabores/es/igualdad-ods#ods>

A continuación se recoge una propuesta de contenidos, recursos bibliográficos y audiovisuales que podrán ser de interés tanto para el profesorado como alumnado de la asignatura de Creación de Empresas Turísticas, impartida en el 4º curso del grado de Turismo. También podrán resultar de interés para otras asignaturas vinculadas al turismo.

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Tourism Entrepreneurship
(Creación de empresas turísticas)

PLAN DE ESTUDIOS: Grado de Turismo
(Itinerario bilingüe)

CURSO: 4º

CÓDIGO: 101717

ODS relacionados con la asignatura:

ODS 4. Educación de calidad.
ODS 5. Igualdad de género.
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
ODS 12. Producción y consumo responsables.
ODS 13. Acción por el clima.
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.

Contenido teórico¹

TEMA 1	Raison d'Être (Razón de ser)
TEMA 2	¿Quién es tu cliente? (Mercado inicial)
TEMA 3	¿Qué puedes ofrecer a tu cliente? (Creación de valor y ventaja competitiva)
TEMA 4	¿Qué puedes ofrecer a tu cliente? (Creación de valor y ventaja competitiva) II
TEMA 5	¿Cómo adquiere tu cliente tu producto? (Captación competitiva)
TEMA 6	Producto y economía unitaria. ¿Cómo generas ingresos con tu producto?
TEMA 7	Ventas. ¿Cómo vendes tu producto?
TEMA 8	Economía general. ¿Tu producto genera beneficios?
TEMA 9	Escalabilidad. ¿Cómo escalas tu negocio?

Contenido práctico

Emprendimiento y emprendimiento.
Habilidades emprendedoras.
Estudios de caso sobre emprendimiento.
Debate con emprendedores.
Elaboración y defensa de un plan de negocio.

¹ Esta asignatura, correspondiente al código 101717, se imparte íntegramente en inglés, y su guía docente está en inglés. Se ha procedido a traducir el listado de temas y contenidos prácticos para que este dossier pudiera ser útil también en otros contextos más allá de la asignatura.

Guía de recursos y buenas prácticas

Objetivos de Desarrollo Sostenible y Compromiso Social en las Empresas de Turismo Sostenible y Responsable

La **Agenda 2030** es un plan de acción global adoptado por los Estados Miembros de la ONU en 2015 para lograr un desarrollo sostenible en todos los territorios, equilibrando las dimensiones económica, social y ambiental. Se estructura a través de **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y **169 metas** que deben alcanzarse para el año 2030. Estos objetivos y metas proporcionan un marco común para que todos los países y partes interesadas trabajen juntos para abordar los desafíos globales más apremiantes.

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los ODS. De manera específica se aborda en metas concretas del **ODS 8 Trabajo decente y crecimiento económico**, **ODS 12 Producción y consumo responsables** y **ODS 14 Vida submarina**.



Para saber más sobre la Agenda 2030, los 17 ODS y sus 169 metas visita la web oficial de Naciones Unidas:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>



Meta 8.9

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



Meta 12.b

Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.



Meta 14.7

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

La *Guía de la UE sobre el turismo sostenible para el desarrollo* (publicada en 2013 por la Dirección General de Desarrollo y Cooperación de la UE y la OMT) menciona que el turismo ha experimentado en las últimas décadas un crecimiento constante y una elevada diversificación, siendo uno de los sectores económicos de más rápido crecimiento en el mundo.

Actualmente, **el volumen de negocio del turismo es comparable o incluso superior al de las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles**. El turismo se ha posicionado como uno de los sectores clave en el comercio internacional y constituye una fuente fundamental de ingresos para numerosos países.

Para ampliar

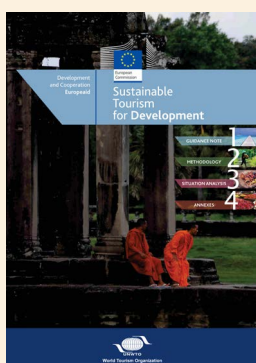


Guía para un turismo sostenible: retos y criterios para la evaluación del sector turístico ante la Agenda 2030 (Azcárate T., Benayas J., Nerilli G. y Justel A., 2019) de la Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS) y el Instituto de Turismo Responsable (ITR).

Esta guía es una herramienta práctica para evaluar los 17 ODS en el sector. Con estas orientaciones, los destinos y las empresas del turismo podrán comprobar si cumplen con los requisitos necesarios para considerarse sostenibles.

Además, la web de la **Red Española para el Desarrollo Sostenible** contiene múltiples recursos que pueden ser de utilidad, tanto en español como en inglés.

- › <https://reds-sdsn.es/turismo-ods/>





EU Guidebook on Sustainable Tourism for Development (solo en inglés) Elaborado por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO/OMT) y la Comisión Europea (EuropeAid) en 2013.

- › <https://www.untourism.int/es/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>

No obstante, el turismo también puede generar impactos negativos, como daños y contaminación ambiental, poner en riesgo la estructura sociocultural, concentrar los recursos económicos, consumir recursos limitados o provocar externalidades adversas para la sociedad. En general, se ha considerado po-

sitivo el impacto económico del sector turístico (mayores ingresos, oportunidades de empleo, etc), y negativos los impactos sociales o ambientales de este sector, pero el análisis es más complejo y es preciso abordarlo con una mirada integral, desde el enfoque de Desarrollo Humano Sostenible.

	 IMPACTOS POSITIVOS DEL TURISMO	 IMPACTOS NEGATIVOS DEL TURISMO
Sociales	Las culturas, tradiciones y costumbres locales prosperan gracias a la organización de festivales y eventos culturales locales.	Las necesidades y demandas de turistas entrantes pueden provocar la pérdida de identidad cultural.
	Los proyectos bien gestionados y liderados por la comunidad generan beneficios a largo plazo para la población local.	Explotación de la infancia para atraer visitantes.
	Promoción del orgullo local y nacional mediante el intercambio de experiencias auténticas.	Ofrecimiento de actividades turísticas comercializadas, estandarizadas y no auténticas.
Ambientales	Mejoras en infraestructuras como internet, comunicaciones o iniciativas de ahorro energético pueden beneficiar a las comunidades locales.	El turismo descontrolado lleva al sobreturismo, con aglomeraciones, atascos y presión sobre recursos (agua, energía, etc.).
	Reservas/santuarios de vida silvestre protegidos.	Explotación de animales salvajes para atraer turistas, como tigres en cautiverio, paseos en elefante, osos bailarines o manipulación inapropiada de animales salvajes.
	Áreas naturales gestionadas para apoyar la conservación de la biodiversidad.	Destrucción del entorno natural y pérdida de hábitats por actividades turísticas como la construcción de hoteles o nuevas carreteras.
Económicos	Creación de empleo para la población y comunidades locales.	Empleos estacionales y mal remunerados.
	Mayor retención del ingreso turístico dentro del país.	Los ingresos del turismo son desviados del país anfitrión hacia empresas extranjeras.
	La diversificación hacia el turismo gestionado por la comunidad genera mayores ingresos para los proveedores y experiencias auténticas para los turistas.	La dependencia del turismo como motor económico vuelve vulnerables a los proveedores ante amenazas externas como desastres naturales.
	Aumento de la demanda de productos locales y artesanías.	Los precios más altos en tiendas de zonas turísticas afectan a la población local, ya que los turistas suelen tener mayor poder adquisitivo.

Impactos positivos y negativos del turismo

Fuente: Acorn Tourism Consulting <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/be-sustainable-business>

Por tanto, más allá del ODS 8, la actividad turística, y en particular, la creación de empresas turísticas, se vincula estrechamente con otros ODS, ya que además estos objetivos son concebidos para trabajarlos de manera interconectada e interdisciplinar. Las empresas turísticas, si se gestionan desde la mirada

amplia del Desarrollo Humano Sostenible, pueden atajar múltiples desafíos y abarcar diferentes ODS, contribuyendo de esta manera a paliar los impactos negativos derivados del sector. A continuación, se muestran las potencialidades de alinear la asignatura con los ODS:



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

Formación de futuros/as profesionales en competencias para el desarrollo sostenible y la gestión responsable de empresas turísticas (relacionado con la preparación del plan de negocio).



5 IGUALDAD DE GÉNERO

Fomento del liderazgo y emprendimiento femenino en el sector turístico, incorporando la perspectiva de género en la planificación empresarial y en la toma de decisiones estratégicas.



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Creación de empleo digno y fomento del emprendimiento turístico responsable.



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Innovación en modelos de negocio turístico, digitalización y uso de tecnologías sostenibles.



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

Desarrollo de turismo local, comunitario y con respeto al patrimonio cultural.



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Integración de prácticas de sostenibilidad, proveedores, Comercio Justo y cadenas de valor dentro de las empresas turísticas.



13 ACCIÓN POR EL CLIMA

Incorporación de medidas de eficiencia energética, reducción de huella de carbono en planes de empresa.



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

Introducir procesos de transparencia en las empresas del sector, que garanticen entornos seguros con los derechos humanos y eviten prácticas corruptas.



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Colaboración con entidades locales, ONG, redes de economía solidaria y organismos internacionales, fortaleciendo la viabilidad y el impacto social de los proyectos.



La importancia de la perspectiva de género en la creación de empresas turísticas

Tener en cuenta la **perspectiva de género** en la constitución de una empresa turística no es solo una cuestión ética, sino también estratégica y es importante transversalizarlo en todo el proceso empresarial. El sector turístico es uno de los más **feminizados**, con una alta participación de mujeres en roles operativos, de servicio y de gestión media, pero con **brechas persistentes** en liderazgo, remuneración y toma de decisiones.

Integrar la perspectiva de género desde el inicio de la empresa permite:

- › Diseñar **políticas laborales inclusivas**, garantizando igualdad de oportunidades y desarrollo profesional para mujeres y hombres.
- › Generar una **ventaja competitiva** mediante prácticas de sostenibilidad social, que cada vez son más valoradas por la clientela concienciada.
- › Contribuir al cumplimiento de los **ODS**, especialmente el **ODS 5** (Igualdad de género) y el **ODS 8** (Trabajo decente y crecimiento económico).

- › Promover **entornos de trabajo más equitativos y resilientes**, lo que repercute positivamente en la productividad y en la reputación de la empresa.

En resumen, incorporar la igualdad de género desde la fase de creación de la empresa turística no solo mejora la **coherencia ética y social del proyecto**, sino que también **refuerza su sostenibilidad económica y competitividad** en un mercado cada vez más exigente y consciente.



Videos recomendados

Cómo aplicar la perspectiva de género a un modelo de negocio (en español)

- › https://www.youtube.com/watch?v=-vEqGGD3cH_Y

Feminist Business Model Canvas by Doctor CV Harquail (en inglés)

- › <https://www.youtube.com/watch?v=LYgznpScOQw>



Dinámica de aula

IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS Y SOLUCIONES EN TURISMO

Objetivo: Reflexionar sobre los impactos del turismo en los destinos y explorar posibles soluciones que fomenten un modelo más sostenible y responsable.

Desarrollo de la actividad:

- 1. Lluvia de ideas inicial:** El alumnado identifica de manera colectiva los **impactos positivos y negativos** que percibe del turismo. Se puede partir de ejemplos cercanos (como Córdoba) o de experiencias en otros destinos que conozcan o hayan visitado.
- 2. Organización en tabla:** En la pizarra o en hojas de trabajo, se elabora una tabla con las siguientes columnas:
 - › **Impactos positivos.**
 - › **Impactos negativos.**
 - › **Posibles soluciones a los impactos negativos.**
 - › **Ejemplos de buenas prácticas** (empresas o entidades que ya aplican medidas para atajar ese impacto).
 - › **ODS relacionados** (cada grupo debe vincular el impacto o la solución con uno o varios ODS).
- 3. Investigación guiada:** El alumnado busca casos reales de empresas turísticas que hayan sabido “dar la vuelta” a un impacto negativo, transformándolo en una oportunidad de innovación o diferenciación en el mercado.

Conexión con el temario:

- › Relaciona con la definición de la **razón de ser** de la empresa (Tema 1) y la identificación de clientela concienciada (Tema 2).
- › Permite comprender cómo las **propuestas de valor y ventajas competitivas** (Temas 3 y 4) pueden construirse en torno a la sostenibilidad.
- › Introduce la idea de que la **captación de clientes/as** (Temas 5 y 7) pasa cada vez más por responder a la demanda de prácticas responsables.
- › Facilita la reflexión sobre la **rentabilidad y escalabilidad** de modelos de negocio que integran los ODS como parte de su estrategia (Temas 6, 8 y 9).



Entidades de interés

A continuación se muestran entidades que pueden ser interesantes para ampliar información y que cuentan con numerosos recursos, informes y datos para profundizar en la temática.

ONU Turismo (antiguamente denominada Organización Mundial del Turismo)

- › <https://www.untourism.int/es>

Es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de promover un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible. Actúa como foro internacional para debatir políticas, compartir conocimientos y fomentar la cooperación entre gobiernos, sector privado, sociedad civil y comunidades. Además, impulsa el papel del turismo como motor de desarrollo económico, inclusión social y protección ambiental, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

CIC Batá (Centro de iniciativas para la cooperación)

- › <https://cicbata.org>

CIC Batá es una organización no gubernamental andaluza, sin ánimo de lucro, con sede en Córdoba, que trabaja en el ámbito de la cooperación internacional para el desarrollo. Entre sus diversas líneas de actuación, abordan el turismo responsable vinculado al ámbito empresarial, dentro de la Economía Social y Solidaria. Su enfoque combina la participación comunitaria, la sostenibilidad y la innovación, ofreciendo ejemplos de buenas prácticas y recursos para empresas y emprendedores/as interesados/as en modelos de negocio sostenibles y socialmente comprometidos.

The Travel Foundation

- › <https://www.thetravelfoundation.org.uk/resources-categories/destination-stewardship/>

En su sección “What is sustainable tourism?”, *The Travel Foundation* ofrece una clara definición y enfoque del turismo sostenible, ampliamente aplicable a destinos y negocios alrededor del mundo. Además, dispone de múltiples recursos vinculados al sector empresarial del turismo.

Economistas sin Fronteras

- › <https://ecosfron.org/>

Organización sin ánimo de lucro dedicada a promover la justicia social, la sostenibilidad económica y la educación financiera en distintos contextos. La entidad ofrece recursos formativos, publicaciones y herramientas prácticas que pueden ser de gran utilidad para estudiantes de la asignatura, especialmente en aspectos de planificación económica, modelos de negocio responsables y evaluación del impacto social y ambiental de los proyectos empresariales.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC)

- › <https://www.gstc.org/?lang=es>

Es una organización sin fines de lucro que establece y gestiona los Criterios Globales de Turismo Sostenible, conocidos como los Criterios GSTC. Estos criterios sirven como estándares internacionales para la sostenibilidad en el turismo, aplicables tanto a empresas turísticas como a destinos. Además, el GSTC actúa como organismo de acreditación internacional para programas de certificación en turismo sostenible.

EL GSTC no certifica directamente empresas ni destinos, sino que define estándares globales y acredita a programas de certificación que sí pueden emitir un sello oficial a hoteles, operadores, agencias o destinos turísticos.





Herramientas de interés

De cara a alinear la gestión empresarial y el turismo con los ODS, es necesario dotar a las herramientas clásicas de planificación de la empresa de criterios éticos y sostenibles. A continuación, se muestran herramientas para incorporar estos criterios al plan de negocio dentro de una perspectiva de turismo sostenible.

Este enfoque permite redefinir la **razón de ser de la empresa (Tema 1)** desde la sostenibilidad social y ambiental, identificar a una clientela **cada vez más consciente (Tema 2)**, y crear **propuestas de valor y ventajas competitivas (Temas 3 y 4)** vinculadas al respeto por el entorno y la comunidad local. Asimismo, afecta a la forma en que se diseñan las **estrategias de captación y comercialización (Temas 5 y 7)**, a la evaluación de la **rentabilidad y la escalabilidad (Temas 6 y 9)** y a la búsqueda de otros modelos de negocio no solamente basados en la sostenibilidad económica, sino la sostenibilidad social y ambiental como propuestas de la **Economía Social y Solidaria, la Economía Circular o Ecológica (Tema 8)**, y finalmente a la elaboración de un **plan de negocio sólido** que integre responsabilidad social y ambiental como ejes estratégicos.

Tourism for SDGs ToolKIT (inglés)

- › https://tourism4sdgs.org/tips_indicators/

Se trata de un conjunto de indicadores basados en proyectos turísticos (TIPs), desarrollados conjuntamente por ONU Turismo y la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA). Su finalidad es medir el impacto de proyectos turísticos en la consecución de los ODS de manera objetiva y armonizada.

El Toolkit se compone de dos partes principales:

- › **Parte I – Guía de uso:** Introduce el propósito del recurso, explica por qué es necesario contar con indicadores específicos, y cómo emplearlos en las distintas fases de un proyecto
- › **Parte II – Objetivos e indicadores:** Presenta un capítulo específico para cada uno de los **17 ODS**. Dentro de cada capítulo se describen:
 - La relación entre el turismo y cada ODS.
 - Los objetivos específicos dentro de ese ODS.
 - Posibles indicadores correspondientes, organizados por temas y sub-temas.
 - Notas sobre cómo adaptarlos según las características de cada proyecto.

Además, la web ofrece una sección llamada **“How to Select Toolkit Indicators”** que guía a los/as usuarios/as sobre cómo elegir indicadores según el ODS y objetivos del proyecto.

CANVAS SOCIAL – Economistas Sin Fronteras

- › <https://ecosfron.org/el-canvas-social/>

El Canvas Social, adaptado de Economistas sin Fronteras (EsF), es una herramienta diseñada para ayudar a estructurar proyectos emprendedores que generen

valor económico, social y medioambiental dentro de los principios de la Economía Social y Solidaria.

Consta de nueve bloques que se completan siguiendo un orden estratégico y cada uno incluye preguntas orientadoras que invitan a reflexionar sobre cómo el proyecto contribuye al bien común. Los apartados son:

1. **Segmento de clientes/as.** Definir a quién se dirige el proyecto, enfocándose en necesidades específicas, como colectivos en situación de vulnerabilidad.
2. **Propuesta de valor.** Identificar qué ofrece el proyecto que sea accesible, inclusivo o de utilidad social.
3. **Relación con clientes.** Diseñar una comunicación que genere impacto positivo, por ejemplo, usando materiales sostenibles.
4. **Canales de distribución.** Pensar en cómo entregar valor de manera sostenible, como mediante transportes no contaminantes.
5. **Colaboradores.** Incluir actores locales que fortalezcan la confianza y promuevan la economía solidaria.
6. **Actividades clave.** Incorporar prácticas ecológicas o inclusivas en el núcleo del proyecto.
7. **Recursos clave.** Priorizar recursos eficientes y de proximidad y modelos organizativos democráticos o inclusivos.
8. **Situación económica al inicio.** Establecer una financiación alineada con valores de consumo responsable y de impacto social.
9. **Situación económica durante el proyecto.** Garantizar sueldos dignos, reinvertir beneficios en beneficio del proyecto o en iniciativas sociales/ambientales, y optar por banca ética.

La huella social en la empresa

- › <https://ongawa.org/la-huella-social-de-las-empresas-conceptos-casos-y-herramientas/>

ONGAWA publicaba en 2013 esta guía en colaboración con el Centro de Innovación en Tecnología para el Desarrollo Humano (itd-UPM). Se trata de un manual conceptual dirigido a entender y medir el impacto social de las empresas en las comunidades donde operan. Muestra herramientas para mejorar la huella social de las empresas y muestra ejemplos reales.

Componentes de la huella social de las empresas en las comunidades locales	TEMAS
Bienestar social	Salud, equidad, inclusión, pobreza, educación, seguridad.
Economía local	Empleo, impactos en el mercado local, creación y apoyo a empresas, acceso a financiación, pago de impuestos, generación de empleos indirectos, revitalización de otras actividades económicas.
Entorno	Instalaciones, transporte, aprovechamiento sostenible de recursos, respeto al medio ambiente.

Fuente: Guía La Huella Social de las empresas: operaciones empresariales y desarrollo humano en comunidades vulnerables.



Infografías Turismundo

› <https://www.cicbata.org/node/451>

Se trata de materiales elaborados por CIC-BATÁ en el proyecto “Turismundo. Un viaje para la incidencia social a través de un turismo responsable y sostenible”. Aborda temas como los derechos humanos, equidad de género y consumo responsable dentro del turismo de masas y sus impactos.

¿Qué es el Turismo Responsable?

EN CLASE TURISTA RESPONSABLE

Quando viajamos en clase turista responsable...

- Antes de partir, nos informamos del destino escogido.
- Respetamos los espacios naturales, la flora y la fauna.
- Cuando salimos del alojamiento, apagamos las luces y el aire acondicionado.
- Utilizamos medios de transporte menos contaminantes.
- Comemos platos típicos y compramos productos locales y artesanos.
- Denunciamos la explotación laboral, sexual y la trata de personas en el turismo.

¿Te has preguntado alguna vez los efectos negativos que pueden ocasionar tus viajes?

Efectos sobre el agua, el patrimonio cultural, sobre el aire, el bienestar, la equidad de género, o sobre el encarecimiento de la vivienda.

Pero, entre todas y todos podemos reducir esos impactos.

El Turismo Responsable propone unos valores para que toda la actividad turística se realice desde la responsabilidad y la sostenibilidad social, cultural, ambiental y económica, implicando a empresas turísticas, administraciones públicas, organizaciones sociales, ciudadanía y, por supuesto, a ti, turista. El Turismo Responsable denuncia la desigualdad de género y la marginación de las mujeres en muchas partes del mundo.

Un proyecto de: Colaboran:

www.cicbata.org
#EnClaseTuristaResponsable

Infografías Turismundo. CIC-Batá.

Estrategia de Igualdad de Género para las Empresas Turísticas

› <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284423309>

Editada por ONU Turismo en 2019, este recurso contextualiza la importancia de la igualdad de género en el sector turístico, destacando las ventajas económicas de promover la igualdad de género, especialmente dado el elevado porcentaje de mujeres que trabajan en el sector.

Incluye herramientas como cuestionarios de autoevaluación y planes de acción para ayudar a las empresas a implementar y monitorear sus estrategias de igualdad de género.

Turismo Responsable significa turismo con enfoque de género

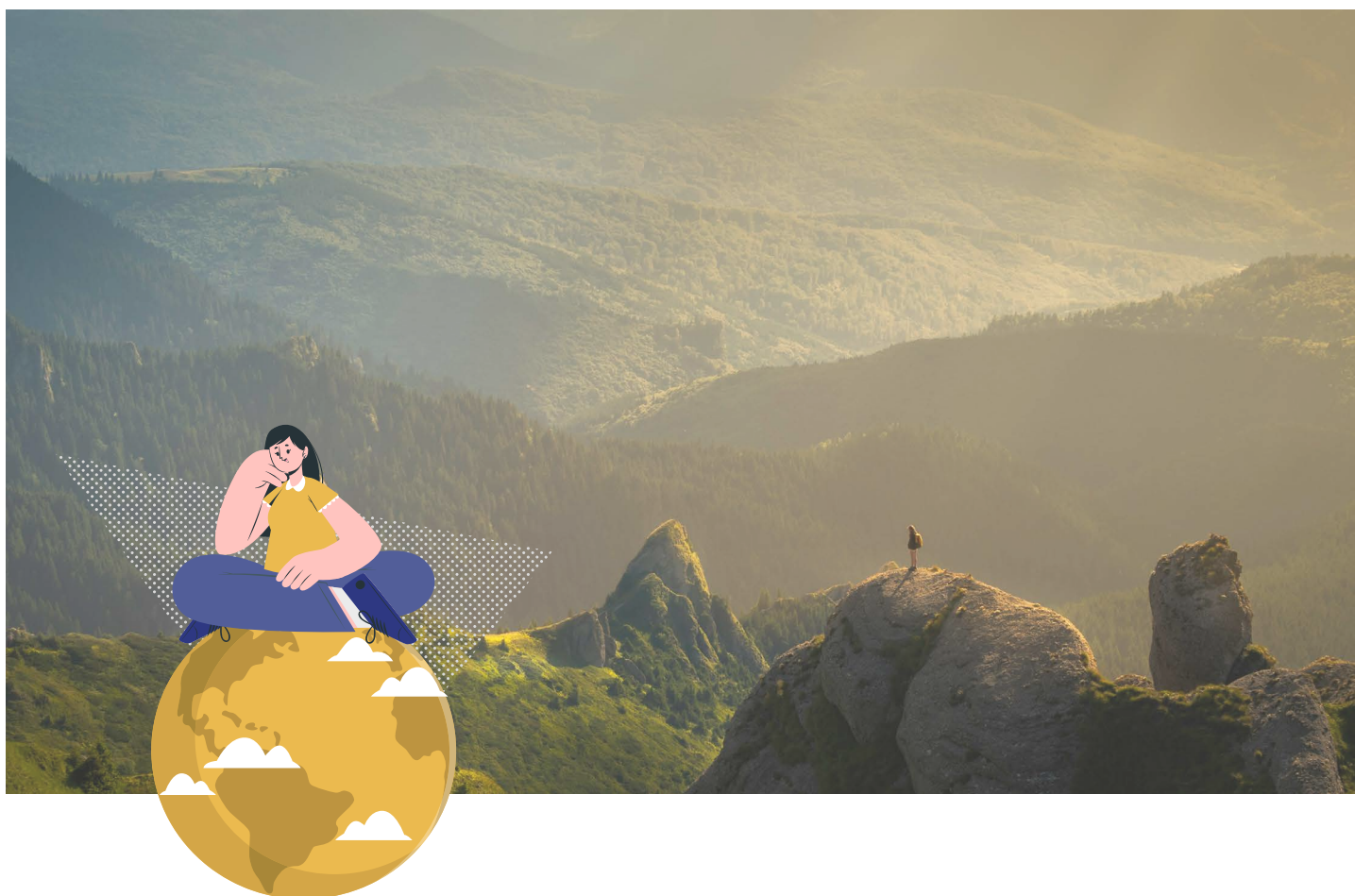
Comprender el turismo desde el enfoque de género implica analizar cómo las mujeres y los hombres contribuyen, experimentan y se ven afectados o beneficiados por el desarrollo del turismo, de manera individual y/o colectiva.

Hablar de enfoque de género nos permite ver una realidad invisible para la mayoría: la desigualdad de género y la marginación de las mujeres en muchas partes del mundo.

En pocas palabras:

- Igualdad en las condiciones laborales de mujeres y hombres.
- No a la explotación laboral de las mujeres en el turismo.
- Las mujeres deciden y planifican el desarrollo turístico.
- Feminización del trabajo turístico no es igual a precarización.
- Por una sensibilidad de género hacia turistas y profesionales del sector turístico.
- La mujer no es un atractivo turístico. ¡Denunciamos la publicidad sexista!

Sorprende el dato:



Certificaciones para empresas del turismo sostenible

Las certificaciones son instrumentos que permiten a las empresas demostrar que sus prácticas cumplen con estándares ambientales, sociales y éticos previamente definidos por organismos independientes. Funcionan como un mecanismo de control de calidad y ofrecen visibilidad y garantías de cara a la clientela potencial.

En el marco del temario, las certificaciones se relacionan con la **propuesta de valor y la ventaja competitiva** (Temas 3 y 4), ya que aportan diferenciación en un mercado cada vez más consciente. También influyen en las **estrategias de comercialización y captación de clientes/as** (Temas 5 y 7), especialmente

en el caso de aquellas personas que demandan una actividad económica con menor impacto negativo y buscan asegurarse de que el producto adquirido cumple con unos estándares determinados. Además, las certificaciones repercuten en la **rentabilidad y escalabilidad** de la empresa (Temas 6, 8 y 9), puesto que una certificación reconocida puede abrir puertas a nuevos mercados y mejorar la sostenibilidad del modelo de negocio.

A continuación se muestran algunos ejemplos de certificación empresarial, que aunque pueden aplicarse al ámbito de la empresa turística, también se aplican a otros ámbitos del emprendimiento sostenible.

Formulario de autoevaluación del Proyecto REORIENTA (CIC-Batá)

› <https://www.cicbata.org/reorienta>

El proyecto Reorienta es una iniciativa de CIC Batá que tiene como objetivo posicionar a la provincia de Córdoba como un destino turístico sostenible y responsable, alineado con los ODS. Se ofrece un diagnóstico gratuito, a través de un formulario, a las empresas y entidades turísticas para realizar una autoevaluación sobre su grado de alineamiento con los ODS. Al completar el diagnóstico, las organizaciones

reciben el distintivo **Somos Turismo WeODS** que certifica su compromiso con el turismo sostenible. Además en este han participado docentes de la Facultad de Ciencias del Trabajo de la UCO.

La iniciativa está dirigida a las empresas turísticas, pero es igualmente interesante acceder para cualquier otro público vinculado (estudiantes, profesorado, consumidores/as, etc.). La web dispone de un mapa con iniciativas cordobesas adheridas a esta iniciativa. Además, contiene el *Decálogo para un turismo sostenible en Córdoba*.

DECÁLOGO PARA UN TURISMO SOSTENIBLE EN CÓRDOBA: 30 PASOS PARA EL FUTURO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Decálogo de medidas para mejorar la sostenibilidad de las empresas y entidades del sector turístico de Córdoba, en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).





Este decálogo es fruto de las medidas recogidas en los estudios 'Turismo y Agenda 2030 en Córdoba: un compromiso con la sostenibilidad' y 'La mujer en el sector turístico de la provincia de Córdoba', elaborados en el marco del proyecto Reorienta (2024).

ALIANZAS

- 1** Comunicar e informar mejor nuestra contribución a los ODS. La herramienta Comunica By WeODS, creada por investigadoras de la Universidad de Córdoba, facilita la comunicación del cumplimiento de los ODS.
- 2** Participar en redes, proyectos o alianzas locales o globales de sostenibilidad para el turismo, en especial en la Red provincial multiactor de promotores de ODS de la Diputación de Córdoba.
- 3** Establecer una estrategia para tejer alianzas con otros actores públicos y privados en el ámbito provincial, nacional e internacional, con el objetivo de contribuir a la consecución de los ODS.
- 4** Integrar los ODS como un valor fundamental en la cultura organizativa de nuestras empresas.

PAZ

- 11** Establecer una política para la prevención de delitos y contra el fraude, implementar un código ético en nuestra empresa y un buzón para reclamaciones.
- 12** Desarrollar una política contra el acoso, el abuso, la intimidación o la violencia dentro de la empresa y aplicar las acciones correspondientes.

PERSONAS

- 21** Contratar y ofrecer formación a jóvenes de la localidad donde se desarrolla nuestra actividad, apoyar a aquellas personas que trabajan con nosotros y que están interesadas en seguir formándose.
- 22** Promover la igualdad de género dentro de la formación y capacitación del personal.
- 23** Apoyar a organizaciones sociales locales a través de donaciones y patrocinios, y emplear a personas en riesgo de exclusión social en nuestras empresas.
- 24** Participar en proyectos sociales que mejoren la calidad de vida de nuestra comunidad.
- 25** Implementar en nuestra empresa políticas claras contra la violencia machista y la discriminación por género en la contratación, promoción y remuneración.
- 26** Crear en la provincia de Córdoba una red de liderazgo femenino en turismo y ofrecer capacitación y mentorías en habilidades directivas y de liderazgo.
- 27** Realizar auditorías salariales regulares para identificar y corregir disparidades salariales por género y llevar a cabo políticas de conciliación laboral y familiar.
- 28** Apoyar la creación de un fondo de inversión específico para promover el papel emprendedor de la mujer en el turismo de la provincia de Córdoba, facilitando además su acceso a créditos, garantías y seguros.
- 29** Implementar y apoyar talleres y programas de capacitación y mentoría para empoderar a las mujeres de la provincia de Córdoba en el sector turístico.
- 30** Establecer indicadores de desempeño relacionados con la igualdad de género en el turismo y monitorear el progreso de las iniciativas implementadas.

PLANETA

- 5** Implantar sistemas de gestión ambiental y calcular la huella de carbono de las actividades, tomando medidas que minimicen su impacto.
- 6** Priorizar a proveedores que han incorporado políticas ambientales sostenibles en su negocio, invierten en tecnologías verdes y/o se comprometen en la reducción de emisiones de CO2.
- 7** Colocar mensajes en las instalaciones para sensibilizar a nuestra clientela y personal sobre el uso adecuado del agua y su gestión sostenible.
- 8** Informar regularmente a nuestra clientela y/o personas usuarias sobre los avances que hacemos hacia la sostenibilidad.
- 9** Gestionar sosteniblemente los recursos naturales (aire, madera, suelos, agua) preservando la biodiversidad de la provincia de Córdoba, evitando el impacto negativo especialmente en zonas protegidas.
- 10** Adoptar medidas para reducir el uso de plásticos y promover en general la reutilización, la reparación y el reciclaje.

PROSPERIDAD

- 13** Utilizar energía procedente de fuentes renovables y no contaminantes.
- 14** Implementar medidas de ahorro y eficiencia energética, generando un impacto positivo para la economía de nuestra empresa y para el planeta.
- 15** Promover entre el personal el uso de transporte sostenible, especialmente a pie o en bicicleta, y del transporte público.
- 16** Contar con instalaciones sostenibles y resilientes que aseguren el bienestar de las personas que trabajan en nuestra empresa.
- 17** Fomentar la innovación sostenible y la creación de empleos verdes a través de la transformación de productos y servicios, de procesos productivos y de la gestión interna de nuestra organización.
- 18** Apostar por un turismo accesible adaptando nuestras instalaciones, productos y/o servicios para que todas las personas puedan disfrutarlos en igualdad de condiciones con independencia de sus características individuales, desde una perspectiva de autonomía y de normalización.

PERSONAS

- 19** Implementar los sistemas de control de seguridad, higiene y calidad alimentaria debidamente procedimentados, y tomar medidas para reducir el desperdicio de alimentos.
- 20** Priorizar la adquisición de productos de proximidad, provenientes de la agricultura y ganadería sostenible local.

Un proyecto de:




Financia:



Colabora:



› <https://www.cicbata.org/sites/default/files/Dec%C3%A1logo%20Reorienta.pdf>

Auditoría social/balance Social de REAS. Modelo de negocio sostenible

REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria) es una asociación sin ánimo de lucro que agrupa empresas, cooperativas y otras redes locales de la Economía Social y Solidaria (ESS). El balance social, también llamado auditoría social, es una herramienta interna de gestión que permite a las entidades medir, evaluar y comunicar el impacto de sus actividades más allá de los resultados financieros. Esta herramienta online utiliza un cuestionario auto-rellenable con indicadores cuantitativos y cualitativos que evalúan el grado de cumplimiento de la Carta de la Economía Social y Solidaria: trabajo, equidad, cooperación, compromiso con el entorno, ausencia de ánimo de lucro y sostenibilidad ambiental.

Objetivos principales:

- › **Medir el impacto social y ético** de la organización.
- › **Evaluar prácticas internas de responsabilidad social, transparencia y gobernanza.**
- › **Identificar áreas de mejora en sostenibilidad y gestión de personas.**
- › **Comunicar el compromiso social y ambiental** a clientes/as, socios/as y comunidad.



- › https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2022/06/Carta_de_la_Econom%C3%ADa_Solidaria_2022_cast.pdf



Información sobre el balance social:

- › <https://reas.red/auditoria-balance-social/>

Vídeo ¿Qué es el balance Social?

- › <https://www.youtube.com/watch?v=-bqWi0XpNd5o>

Certificación Biosphere



- › https://www.biospheretourism.com/es?utm_

Es un sistema de certificación internacional de turismo sostenible, desarrollado por el Instituto de Turismo Responsable (ITR). Busca que empresas y destinos operen de manera sostenible alineándose con los 17 ODS. Su componente ambiental es el núcleo más cuantificable, sin embargo, también incorpora criterios de ética empresarial y responsabilidad social.

Certificado B Corp



- › <https://www.bcorpSpain.es/>

Se trata de un certificado vinculado a B Lab, iniciativa sin ánimo de lucro. Este sistema de certificación reconoce a compañías que integran criterios sociales, ambientales y éticos en su estrategia de negocio a través de una herramienta digital, en la que es necesaria una puntuación mínima de 80 puntos. En España se creó en 2015 B Lab Spain, a la que se han sumado más de 130 entidades desde entonces.

Estudios de caso

El análisis de experiencias reales constituye una herramienta fundamental para comprender cómo los conceptos trabajados en el aula se traducen en prácticas concretas.

Los estudios de caso permiten observar cómo diferentes organizaciones turísticas, desde ONGD hasta iniciativas privadas, han definido su **razón de ser** en torno a la sostenibilidad (**Tema 1**), identificado a una **clientela consciente y comprometida** (**Tema 2**) y generado **propuestas de valor con impacto social y ambiental** (**Temas 3 y 4**).

Además, estas experiencias muestran cómo se articulan **estrategias de captación y comercialización** orientadas a un público que busca productos con garantías de responsabilidad (**Temas 5 y 7**), así como los desafíos vinculados a la **rentabilidad, escalabilidad y sostenibilidad económica** de los modelos (**Temas 6, 8 y 9**).

Los casos que se presentan a continuación ilustran la diversidad de enfoques y territorios desde los que se construye el turismo sostenible, ofreciendo ejemplos inspiradores que integran conservación ambiental, equidad de género, desarrollo comunitario, inclusión, Comercio Justo, creación de empleo local y nuevas formas de emprendimiento turístico.



Hotel Solidario Mangily (Madagascar)

- › <https://hotelsolidairemangily.com/en/>

Es una iniciativa de la ONG francesa Bel Avenir, miembro de la red internacional Agua de Coco, que promueve el turismo responsable y solidario en la región sur de Madagascar. Los beneficios generados se destinan directamente a proyectos educativos y de conservación ambiental que benefician a la comunidad local.

Los/as huéspedes tienen la oportunidad de participar en actividades educativas y culturales, como talleres con jóvenes en formación en agroforestería y ganadería.



Eco-Bénin (Benin Ecotourism Concern)

- › <https://www.ecobenin.org/>

Eco-Bénin es una ONG beninesa que utiliza el ecoturismo como pilar económico para el desarrollo local, enfocándose en zonas con ingresos tradicionales en declive (como pesca o agricultura) o con patrimonio natural y cultural vulnerable. Entre el 10% y el 25%

de los ingresos generados de los servicios turísticos se reinvierte en proyectos comunitarios como escuelas, construcción de letrinas o ayuda a familias vulnerables. Además realiza proyectos de conservación forestal y desarrolla iniciativas de compensación de carbono, entre ellas la promoción de estufas mejoradas que reducen el consumo de leña.



Guaman Poma de Ayala, Perú

› <https://guamanpoma.org/>

El centro Guaman Poma es una ONGD, fundada en Cusco, Perú. Su misión está enfocada a reducir la pobreza, fortalecer capacidades locales, promover el buen gobierno, la equidad y la sostenibilidad territorial. Entre sus líneas de trabajo, ha abordado iniciativas concretas relacionadas con el turismo rural comunitario y sostenible, en particular en el proyecto “Mejora de la competitividad de emprendimientos de mujeres en turismo rural comunitario de Chinche-ro”, con la colaboración de la organización cordobesa Fundación Social Universal.



Fomento de una Alianza Público-Privada para el fortalecimiento de la cadena del Turismo Sostenible en Pedernales (República Dominicana) con la ONGD CESAL

› <https://www.cesal.org/cesal-iddi-presentan-primera-guia-ecoturistica-pedernales>

La Guía Ecoturística de Pedernales es el resultado de un proyecto de alianza público-privada impulsado por la ONGD CESAL con el Instituto Dominicano de Desarrollo Integral (IDDI) y actores locales y gubernamentales de Pedernales. Esta colaboración busca fortalecer la cadena del turismo sostenible, integrando esfuerzos de la comunidad, empresas locales y autoridades públicas para promover un turismo responsable en la zona. La guía resalta los principales

atractivos naturales, culturales y gastronómicos de la provincia, fomentando la conservación del patrimonio, la creación de empleo local y la generación de oportunidades de emprendimiento sostenible.



Hospedería La Era (Almedinilla, Córdoba)

› <https://hospederialaera.com/>

Se trata de un alojamiento rural situado en pleno Parque Natural de las Sierras Subbéticas Cordobesas. Es un negocio con un compromiso firme hacia la sostenibilidad, integrando criterios ambientales, sociales y culturales en su funcionamiento. A través del uso de productos locales, de temporada y ecológicos. Además colabora con la comunidad promocionando actividades culturales y patrimoniales. El propio hotel integra buenas prácticas ambientales para el uso del agua, la energía (biomasa y solar) y huerto propio.



Ruta del Comercio Justo-CLAC

› <https://clac-comerciojusto.org/mapa/>

Es una iniciativa de CLAC, la red que representa a más de 1000 organizaciones certificadas en Comercio Justo en América Latina y el Caribe. Esta ruta promueve el turismo sostenible y responsable, conectando a viajeros/as con experiencias en comunidades productoras de café, cacao, banano, miel y otros productos certificados por el sistema Fairtrade. A través de un mapa interactivo, se pueden localizar diversas iniciativas turísticas en comunidades productoras, como cafeterías, tours agrícolas y puntos de venta de productos Fairtrade.



