

ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA DE LA ALIANZA POR EL TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA



ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN.	2
1.2 MARCO CONCEPTUAL.	3
1.3. PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO.	5
Objetivos	5
2. COLABORACIÓN AXTRM y UPCT.	8
3.- IMPLEMENTACIÓN CUALITATIVA DEL ESTUDIO DEL CASO: ENTREVISTAS A MIEMBROS DE LA ALIANZA.	8
Entrevistas AXTRM.	11
4.- ESTUDIO EMPÍRICO MEDIANTE ENCUESTA TELEFÓNICA A LOS MIEMBROS DE LA ALIANZA.	31
4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.	32
4.1.1. Gestión medioambiental	32
4.1.2. Aprendizaje medioambiental	33
4.1.3. Conocimiento de la empresa sobre RSC	35
4.1.4. Innovación responsable	36
4.1.5. Desempeño social, medioambiental y económico	38
4.1.6. Empoderamiento emprendedor y femenino	40
4.1.7. Estrategia digital	43
4.1.8. Herramientas para la difusión de la RSC	44
5.- RESULTADOS Y PUNTOS CRÍTICOS DEL DIAGNÓSTICO.	45
5.1. Retos del Ecosistema de Innovación y Cooperación en Sostenibilidad Turística:	48
5.2. Medidas Estratégicas	48
5.3. Actividades	50
6.- CONCLUSIONES y CONSIDERACIONES FINALES.	51
ANEXO 1	55
ANEXO 2	69
ANEXO 3	74
ANEXO 4	78
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80

1.- INTRODUCCIÓN.

La innovación responsable y la cooperación entre los diferentes actores del sector turístico son esenciales para lograr un desarrollo turístico sostenible y competitivo. La Alianza por el Turismo en la Región de Murcia (AXTRM) es una Asociación que representa a una parte importante del sector turístico de la Región de Murcia, con el objetivo de transformar la industria turística en un sector prioritario dentro de la economía regional.

En el marco de cooperación con la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y gracias a la financiación de un proyecto de I+D aprobado por la Consejería de Empresa, Empleo y Economía Social, se desarrolla una investigación titulada “RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) PARA ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA”. En este capítulo se expone el caso de sostenibilidad turística alrededor de los casi 40 miembros que conforman la Alianza por el Turismo en la Región de Murcia.

Las organizaciones son entes dinámicos, que acogen a nuevos individuos en su seno, ven marchar a otros, establecen relaciones evolutivas con su entorno, y cambian de orientación de forma más o menos voluntaria. En este sentido, consideramos que el caso de la AXTRM es suficientemente representativo para cumplir con el foco del proyecto de investigación en materia de cultura y turismo, dada la heterogeneidad de los miembros la AXTRM y su capacidad de adaptación. Una organización en red como la AXTRM es una constelación de unidades organizativas o de profesionales que, conectadas en general con una mínima formalidad, y escasa estandarización, que mantienen entre ellas unas relaciones básicamente horizontales o laterales y poco jerarquizadas, y que se agrupan para conseguir un propósito común.

Alguno de los puntos clave del capítulo es realizar un autodiagnóstico de la sostenibilidad turística en el ecosistema de innovación y cooperación de la AXTRM: su sensibilización, cultura y preparación para ella, innovación tecnológica (Smart Tourism), etc. Además, también se ha realizado el estudio de las dimensiones de la sostenibilidad y de la gestión del conocimiento en las organizaciones respecto a su capital humano, estructural y relacional; con una propuesta para una mejor gestión medioambiental bajo entornos de emprendimiento, generación de oportunidades de negocio en materia de economía circular; y finalmente con la pretensión de conocer más sobre las políticas de innovación responsable en la cultura y el turismo en la Región de Murcia.

1.2 MARCO CONCEPTUAL.

El desarrollo sostenible del turismo sigue siendo uno de los conceptos más populares en la investigación turística con el objetivo de minimizar los impactos medioambientales y socioculturales, al tiempo que se maximizan los beneficios económicos para los destinos turísticos (Teruel et al., 2025). Este se concibe como la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y ambientales, manteniendo al mismo tiempo el patrimonio cultural, los procesos ecológicos, la diversidad biológica y los ecosistemas (Martin et al., 2020). Por tanto, el discurso sobre el turismo sostenible no solo ha girado en torno al concepto de la triple cuenta de resultados (Triple Bottom Line, TBL) sino que también ha englobado el valor de la participación de las partes interesadas como los turistas y los agentes sociales.

Los ecosistemas de innovación vienen a constituirse a partir de un complejo sistema de operaciones de gestión empresarial, donde los procesos de desarrollo tecnológico innovadores de por sí, predominan bajo la influencia de otros sistemas como la gestión de conocimiento, la creatividad o la captación de talento y capital humano; en donde es crucial la cooperación entre la industria, el mundo académico y/o la investigación, los gobiernos y la sociedad civil. Ese desarrollo sinérgico e interactivo entre los componentes asociados a la empresa y la I+D, precisa de otros elementos pilares del modelo de cuádruple hélice donde las universidades y centros de investigación crean el conocimiento mediante proyectos de investigación y aporta profesionales para que la innovación sea un éxito en manos de las empresas.

Por otro lado, los gobiernos forman parte del sistema como agentes innovadores de las instituciones y normativas, y mediante el apoyo financiero y políticas, facilitan el rendimiento de la I+D y la evitación algunos de los riesgos de las actividades de innovación como apoyo a estos ecosistemas innovadores (Czarnitzki & Licht, 2006; Li & Zhang, 2019). Además, las regulaciones laborales rigurosas fomentan el espíritu empresarial, ya que las personas recurren al emprendimiento como medida para generar ingresos; sin embargo, una limitación es la poca flexibilidad de las regulaciones crediticias que impiden el crecimiento sobre todo de la pequeña empresa y los autónomos del país (Nicolás y Rubio, 2020 y Ghosh, 2017), por ello consideramos que este es un punto crítico por solventar en el emprendimiento. Sin embargo, hoy en día, existen cada vez más mujeres emprendedoras y directivas que lideran negocios transformadores con buenas prácticas y condiciones difíciles para perseguir la sostenibilidad económica (Karatas et al., 2024). De esta forma, en el estudio de Teruel et al., (2025) se ha proporcionado ese nuevo marco de transformación en el que se ha visto inmerso un proceso de cambio social hacia un turismo sostenible e innovador liderado por el emprendedor y sus valores. Las dimensiones del emprendimiento tratadas

apoyadas en los valores de la persona emprendedora se revelan como palanca de cambio hacia un modelo económico de turismo de sostenibilidad y competitividad.

En estos ecosistemas de innovación, las empresas de base tecnológica conocen las últimas demandas del mercado, crean productos o servicios tecnológicos valiosos, políticas gubernamentales, y desarrollan tecnologías básicas de alta tecnología, garantizando así la ejecución fluida de las actividades de innovación (Hemmert; Bstieler; Okamuro; 2014); y los procesos de cooperación y las relaciones interorganizativas entre los participantes asociados a la innovación, está siempre presente (Wang, Jia & Xing, 2013).

La cooperación interempresarial se está imponiendo como un fenómeno de la realidad económica empresarial que adquiere cada día mayor relevancia y en el que cada vez se están involucrando progresivamente un mayor número de empresas. Por ello, se puede afirmar que los acuerdos entre organizaciones constituyen una forma organizativa de gran alcance en las economías modernas. En esta línea, las alianzas se han convertido en elementos imprescindibles para la supervivencia, de tal forma que algunas de las grandes empresas desarrollan una extensa red de acuerdos de cooperación con distintas compañías (Bueno, Morcillo y Salmador, 2005), tanto de su propio sector como de sectores con tecnologías complementarias, para alcanzar nuevos segmentos de mercado. La competencia, en el futuro, no se dará entre empresas individuales, sino entre nuevas y complejas agrupaciones corporativas.

Se establece que el desarrollo sostenible es posible gracias a los ecosistemas emprendedores en los que la innovación y la cooperación hace que sean económicamente viables, respeten el medio ambiente y socialmente justo en épocas de crisis (Nicolás y Rubio, 2020), es decir, no solo se debe establecer políticas o acciones, sino que, debe haber unos condicionantes de apoyo regulatorio, políticas públicas y suficientes recursos que permitan llevar a cabo los proyectos. Por otro lado, también es imprescindible que las empresas mantengan una situación financiera saneada, generando un empleo estable y de calidad que permita ejercer como contrapeso a la destrucción de empleo producida por la paralización total de un amplio abanico de sectores de actividad.

1.3. PRESENTACIÓN DEL CASO DE ESTUDIO.



La Alianza del Turismo de la Región de Murcia (AXTRM) es un ente deliberativo-consultivo que apoya, aglutina y unifica a todo el sector turístico de la Región de Murcia. Hoy en día, cerca de 40 asociaciones, federaciones, Instituciones públicas y público-privadas, empresas e incluso profesionales con dilatada experiencia en el sector, exclusivamente vinculados con la actividad turística, conforman una sólida base con el fin de tratar de transformar la industria turística en un sector prioritario dentro de la economía regional.

Todos somos conscientes de que la búsqueda de lo propio es lo que se convierte en excelencia, en atractivo. La Región de Murcia es excepcional al tener mucha variedad de recursos turísticos, por su potencial, por la magnitud de su patrimonio, y de las increíbles posibilidades que tiene el destino. Y desde ahí el sector, a través de la AXTRM, quiere unirse para fortalecer las oportunidades y resolver todas las amenazas y debilidades que supondrían quedarnos atrás en el desarrollo turístico de la región.

1.3.1. Objetivos

He aquí algunos de los objetivos marcados en la reciente vida de esta Asociación:

a) Uno de los objetivos fundamentales de la Alianza es unificar la voz del sector turístico, actuando como un apoyo activo en la formulación de políticas turísticas tanto a nivel local como regional. Busca colaborar estrechamente con las administraciones públicas para desarrollar estrategias que impulsen el desarrollo turístico sostenible, la diversificación de la oferta y la mejora de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

Tras la creación de la AXTRM, se está consiguiendo una unión sin precedentes que está permitiendo el respaldo y el reconocimiento de las administraciones públicas como interlocutores en materia turística. La AXTRM pretende motivar el diálogo y acuerdo entre sector privado y público para compartir enfoques sobre políticas turísticas desde dos puntos de vista:

- En la búsqueda de la capacidad directiva de la administración

- En la búsqueda de recursos institucionales necesarios para fomentar la creación de órganos de colaboración público/privada que mejoren la eficiencia de las políticas turísticas de la Región.

b) Además, la Alianza pretende fomentar la co-gobernanza turística, participando activamente en la dirección administrativa en materia turística y representando una voz común y consensuada del sector.

La gestión turística debe ser eficiente, ha de basarse en la planificación, en la metodología, en la coherencia de las acciones, en la responsabilidad de todos los agentes que intervienen en esas políticas, en la participación pública pero también privada, en la gestión de la calidad, de la sostenibilidad, de la innovación, de la conectividad, accesibilidad, de la formación, de la investigación, digitalización, etc.

Esto incluye la búsqueda de soluciones y oportunidades para los agentes turísticos de la región, con el fin de mejorar su competitividad y adaptabilidad a las demandas del mercado.

c) La creación de esta Alianza refleja una respuesta proactiva a la necesidad de coordinación y colaboración entre los diversos actores del sector turístico en la Región de Murcia. Al consolidar esfuerzos y recursos, se espera potenciar la proyección de la región como un destino turístico atractivo y competitivo, generando sinergias que beneficien tanto a las empresas como a las comunidades locales.

d) La Alianza por el Turismo de la Región de Murcia representa un paso significativo hacia la consolidación de una estrategia turística coherente y unificada. La colaboración entre el sector público y privado es esencial para abordar los desafíos actuales del turismo, especialmente en un entorno global competitivo y en constante cambio. Esta unión de esfuerzos no solo fortalecerá la posición de la región en el mercado turístico, sino que también promoverá un desarrollo sostenible y equilibrado que beneficiará a todos los actores involucrados.

e) Este amplio grupo caracterizado por su heterogeneidad está llamado a convertirse en un ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN Y COOPERACIÓN en la búsqueda de la competitividad del sector, de las nuevas oportunidades de negocio, apoyándose en la sostenibilidad y en la innovación como principal eje estratégico de desarrollo y de diferenciación.

f) El trabajo conjunto con las universidades y la investigación universitaria desempeñan un papel crucial en el desarrollo turístico de un destino, aportando conocimientos y soluciones que benefician tanto a la comunidad local como a los visitantes y desde la

AXTRM se tiene claro que el sector debe resintonizarse y apoyarse en los resultados de las investigaciones de las universidades, utilizando las herramientas y conocimientos

para que los destinos turísticos se desarrollen de manera sostenible, innovadora y adaptada a las necesidades cambiantes del mercado.

Cooperación desde la AXTRM se ha considerado que la colaboración con las universidades de la Región de Murcia (Universidad Politécnica de Cartagena UPCT, Universidad de Murcia-UMU y Universidad Católica de San Antonio -UCAM), está llamada a ser fundamental para contribuir al avance del turismo. De hecho, ya existen tres cátedras auspiciadas por la Consejería de Turismo alrededor de la Sostenibilidad, Inteligencia turística e Innovación y que fortalecen al sector y que ayudan a:

- **Análisis de tendencias y comportamientos turísticos:** Las universidades pueden realizar estudios que identifiquen patrones en las preferencias y comportamientos de los turistas, permitiendo a los destinos adaptar sus ofertas y estrategias de marketing de manera más efectiva.
- **Desarrollo de productos turísticos innovadores:** A través de la investigación, se pueden crear nuevos productos y experiencias turísticas que atraigan a diferentes segmentos de mercado, diversificando la oferta y aumentando la competitividad del destino.
- **Evaluación del impacto del turismo:** Estudios sobre los efectos del turismo en la economía local, el medio ambiente y la cultura ayudan a implementar prácticas sostenibles y a mitigar posibles impactos negativos.
- **Formación y capacitación:** Las universidades pueden ofrecer programas educativos y de formación para profesionales del sector turístico, mejorando la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.
- **Colaboración en proyectos de desarrollo sostenible:** La investigación universitaria puede apoyar la creación de estrategias que integren el turismo con la sostenibilidad, promoviendo prácticas que preserven los recursos naturales y culturales del destino.
- **Generación de conocimiento y transferencia tecnológica:** La investigación en universidades contribuye a la formación y desarrollo de profesionales competentes en áreas del pregrado y posgrado. A través de la investigación se promueve la innovación, se descubren soluciones a problemas actuales y se contribuye al avance de la sociedad.

2. COLABORACIÓN AXTRM Y UPCT.

En relación con este objetivo global, desde la AXTRM se ha considerado necesario conocer y analizar en profundidad sobre las ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD y SU IMPACTO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Desde ese punto de vista, surge un marco colaborativo entre la AXTRM y la Universidad Politécnica de Cartagena, en concreto con la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa adscrita a la Consejería de Empresa, Dirección General de Autónomos y Economía Social quienes ya trabajan en este ámbito con importantes estudios. En esta ocasión, nos hemos circunscrito al ámbito turístico para adaptarlo a las necesidades del sector y de la AXTRM.

Se persigue obtener un autodiagnóstico claro del sector, un análisis de la dimensión turística de sostenibilidad territorial de las asociaciones de la AXTRM, conocimiento de los datos que reflejan la realidad del sector turístico en materia de sostenibilidad, llevando el término del estudio más allá de lo únicamente medioambiental y buscando realidades también sobre la economía, sobre el empleo y la innovación.

A partir de los resultados de esta investigación para sensibilizarse y adaptarse al mejor criterio de sostenibilidad, existe el convencimiento de que se permitirá avanzar para convertir la Región de Murcia en un destino competitivo, innovador y alternativo a los muchos otros que ya se resienten de una incómoda masificación.

En este sentido, existe el convencimiento de que es preceptivo que identificar los acuerdos de gobernanza, ya que estos afectan a los procesos de sostenibilidad activando o inhibiendo las sinergias dentro de los ecosistemas de emprendimiento. El sistema de dirección relacionado con la gobernanza de la sostenibilidad bajo una gestión responsable estará en este caso preparado para satisfacer a todos los visitantes, siempre y cuando mejore la innovación en la empresarialidad turística, atendiendo a los procesos de cooperación y alianzas estratégicas.

3.- IMPLEMENTACIÓN CUALITATIVA DEL ESTUDIO DEL CASO: ENTREVISTAS A MIEMBROS DE LA ALIANZA.

El estudio de investigación de Sostenibilidad Turística a partir de los retos de la II Estrategia de RSC en la Región de Murcia, dejará una gran impronta para la mejora de la gestión e innovación turística responsable en coherencia con la responsabilidad de todos los agentes implicados. También será capaz de analizar en profundidad las ESTRATEGIAS

DE SOSTENIBILIDAD y SU IMPACTO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio en el ámbito de la Alianza.

Este tema ha generado un gran interés y se ha decidido a trabajar para circunscribirlo al ámbito de la sostenibilidad turística, adaptándolo a las necesidades del sector y de la AXTRM. Se ha partido de un autodiagnóstico en las entidades de la AXTRM, para mejor conocimiento de la situación que las lleva a afrontar nuevos retos.

El propósito es indagar en la realidad de la Región de Murcia en materia de crecimiento del empleo, innovación turística y otras dimensiones propias de la sostenibilidad del negocio turístico como las necesarias gobernanza y colaboración público privada con los agentes territoriales (Ayuntamientos, Asociaciones, Grupos de Acción Local, y un largo etc.).

Las entrevistas efectuadas en las entidades de la Alianza por el Turismo en la Región de Murcia (AXTRM) se relacionan se configuran como indicador de cumplimiento en el estudio de la II Estrategia de RSC en la Región de Murcia, según la colaboración establecida entre la Universidad Politécnica de Cartagena y la Alianza por el Turismo y los diferentes miembros de la AXTRM se relacionan en la Tabla 1.

Tabla 1. Panel de Expertos Alianza por el Turismo (AXTRM)

ENTREVISTAS EFECTUADAS PANEL DE EXPERTOS		
Fecha	Hora	Entidad AXTRM
23/01/2025	10:00	ALOJA REGION DE MURCIA. ASOCIACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
27/01/2025	10:00	HOSTETUR, HOTEL THALASIA
27/01/2025	11:30	BALNEARIO ESTACIÓN NÁUTICA DEL MAR MENOR
27/01/2025	11:30	CENTROS DE BUCEO
29/01/2025	10:00	ASOCIACIÓN DE HOSTELS REGIÓN DE MURCIA
29/01/2025	11:30	ASOCIACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS DE CABO DE PALOS
30/01/2025	10:30	CARTAGENA PUERTO DE CULTURAS
30/01/2025	11:00	GESTÍPOLIS. ASOCIACIÓN DE ORGANIZADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS DE LA REGIÓN DE MURCIA
30/01/2025	17:00	ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA
31/01/2025	08:00	ASOCIACIÓN DE CICLOTURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA
31/01/2025	10:30	ASOCIACIÓN DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE MURCIA (ASHOMUR)
31/01/2025	11:00	ASOCIACIÓN OFICINA DE CONGRESOS DE MURCIA
31/01/2025	11:40	ASOCIACIÓN DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE MURCIA
13/02/2025	10:00	LORCA TALLER DEL TIEMPO
13/02/2025	11:30	HOTEL JARDINES DE LORCA

14/02/2025	09:00	FUNDACIÓN CAMINO DE LA VERA CRUZ
27/02/2025	16:00	BALNEARIO DE ARCHENA "HOTEL LAS TERMAS"
27/02/2025	17:00	CONCEJALÍA DE TURISMO DE ARCHENA
03/03/2025	16:00	TURISMO WALA. FEDERACIÓN REGIONAL TRANSPORTE Y AGENCIA DE VIAJES
04/03/2025	11:00	BODEGAS DE SAN ISIDRO DE JUMILLA. BODEGAS BSI
04/03/2025	17:00	ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE GUÍAS OFICIALES DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA
05/03/2025	09:00	FEDERACIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE TRANSPORTE DE MURCIA (FROET)
05/03/2025	10:00	ESPUÑA TURÍSTICA, MANCOMUNIDAD TURÍSTICA DE SIERRA ESPUÑA
05/03/2025	11:00	ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL REGIÓN DE MURCIA. RURALMUR
07/03/2025	12:30	AEROPUERTO INTERNACIONAL REGIÓN DE MURCIA. DIRECCIÓN DEL AEROPUERTO DE CORVERA
10/03/2025	11:00	ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL GOLF DE LA REGION DE MURCIA (AEGOLF RM)
18/03/2025	12:30	LA MANGA CONSORCIO
18/03/2025	12:30	ASOCIACION DE COMERCIANTES DE LA MANGA
18/03/2025	12:30	PUERTO DEPORTIVO TOMÁS MAESTRE
18/03/2025	12:30	ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE LOS BELONES
27/03/2025	09:00	RUTAS DEL VINO

Siguiendo con el itinerario del proyecto a continuación se exponen algunas de las imágenes de las entrevistas realizadas durante las reuniones para la recopilación de información para el Diagnóstico con expertos en sostenibilidad turística.

Figura 2: Fotos durante las Entrevistas



Entrevistas AXTRM.

Fecha: 23/01/2025

ALOJA REGION DE MURCIA. ASOCIACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS



Mejorar reputación turística:
interconexión entre
municipios

Falta de concienciación
ambiental

Necesidad de
emprendimiento para
generar innovación y
complementariedad de los
recursos existentes:
segmento nómadas digitales

Atención oferta ilegal

Dificultad de retención del
talento: falta de
profesionalización

Reivindicación de más precio
medio acorde a la calidad

Fecha: 27/01/2025
HOSTETUR
ESTACIÓN NAUTICA DEL MAR MENOR
ASOCIACIÓN CENTROS DE BUCEO



Sostenibilidad palanca de crecimiento y de competitividad

TURISMO = RECURSOS NATURALES. Mejora de la estrategia de comunicación en el destino utilizando los recursos naturales

Se precisa coordinación en materia de digitalización entre municipios y las necesidades empresariales.

Barrera: falta de gobernanza. Gestión conjunta público-privada. Buscar casos de éxito en otras regiones

Falta de formación y dificultad para retener el talento.

Necesidad de un laboratorio de innovación turística

Fecha: 29/01/2025

ASOCIACIÓN DE HOSTELS REGIÓN DE MURCIA

ASOCIACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS DE CABO DE PALOS



Sostenibilidad como piedra angular para la viabilidad del turismo en la zona para no agotar los recursos.

Falta de GOBERNANZA para desarrollar infraestructuras, facilitar servicios y crear destino. INICIATIVAS ACTUALMENTE, EN MANOS DE LA ASOCIACION DE EMPRESARIOS

Oportunidad de explotar los valores diferenciales del entorno todo el año . Perseguir un cambio del "mensaje" en la comunicación social y educativa.

Si bien hay desarrollo tecnológico en empresas, se echa en falta en el destino.

Proyecto de IGP (inscripción geográfica protegida) en base a recursos naturales. Ej. lecha, mero, etc

Mejora de la movilidad en Cabo de Palos, y las conexiones con Calblanque, Playa Honda, Las Almoraderas, etc

Dificultad en la contratación de personal

Falta de planificación urbanística en relación a la peatonalización y a los aparcamientos

Fecha: 30/01/2025

CARTAGENA PUERTO DE CULTURAS

GESTÍPOLIS. ASOCIACIÓN DE ORGANIZADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS RM



Puerto de Culturas: se trabajan con certificaciones. Tienen campañas de formación, reciclaje, reducción gasto papel, digitalización, etc.”

En Congresos: “El Sector empresarial no percibe un impacto significativo de los esfuerzos realizados para implementar medidas de calidad”

La diversidad de proveedores necesaria en la organización integral de un congreso, genera obstáculos que limitan el avance en el ámbito de la sostenibilidad.

Problemas de movilidad y conectividad intermunicipal.

Se precisa formación

Tecnológicamente hay falta de aspectos básicos como el posicionamiento SEO

Actividades de promoción apoyadas en los recursos turísticos existentes. Ej. rutas de senderismo, etc.

La oferta del destino no se conoce porque no está recogida de forma global y es inaccesible al turista y a la comunidad local.

Reivindican gobernanza con independencia y continuidad.

Fecha: 30/01/2025

AEPT, ASOCIACION ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DEL TURISMO.



Precariedad de los profesionales dedicados a turismo.

Necesidad de infraestructuras para conseguir innovación digital.

Apoyarnos en valores como " LA IDENTIDAD Y AFECTIVIDAD DEL DESTINO."

El concepto de la sostenibilidad existe en el sector aunque duda de su alcance.

Fecha: 31/01/2025

ASOCIACIÓN DE CICLOTURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA



Se debe buscar valor añadido más allá de objetivos individuales relacionados con el turismo.

La oferta complementaria junto con actividad deportiva es fundamental, incorporando como socios a hoteles, agencias de viajes y ayuntamientos.

Se debe pensar en objetivos relacionados con todo tipo de empresas, para conseguir un mayor impacto en el medio ambiente.

Como barreras: falta de conocimiento del destino y del patrimonio. No hay destino CICLOTURISTICO.

Falta de infraestructuras cicloturísticas: red de rutas con certificación de calidad como IMBA. Rehabilitación y mantenimiento de senderos sostenibles diseñados para cicloturismo, mantenimiento de señalización. Bike centers en alojamientos y restaurantes.

Tecnología necesaria: herramientas digitales para conectar con empresas, redes sociales, IA y destino

Fecha: 31/01/2025
ASOCIACIÓN DE HOTELES Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE MURCIA (ASHOMUR)
ASOCIACIÓN OFICINA DE CONGRESOS DE MURCIA



La sostenibilidad no solo son certificaciones. Necesidad de debate sincero y considerarla como palanca de valor. Falta planificación, programación, etc.

La oficina de Congresos de Murcia avanza con certificaciones de calidad, con formaciones para medir huella de carbono. Esta iniciativa se debería extender a otros sectores, para generar un impacto positivo en el destino.

Se necesita Gobernanza público privada.

Falta profesionalización en las administraciones públicas.

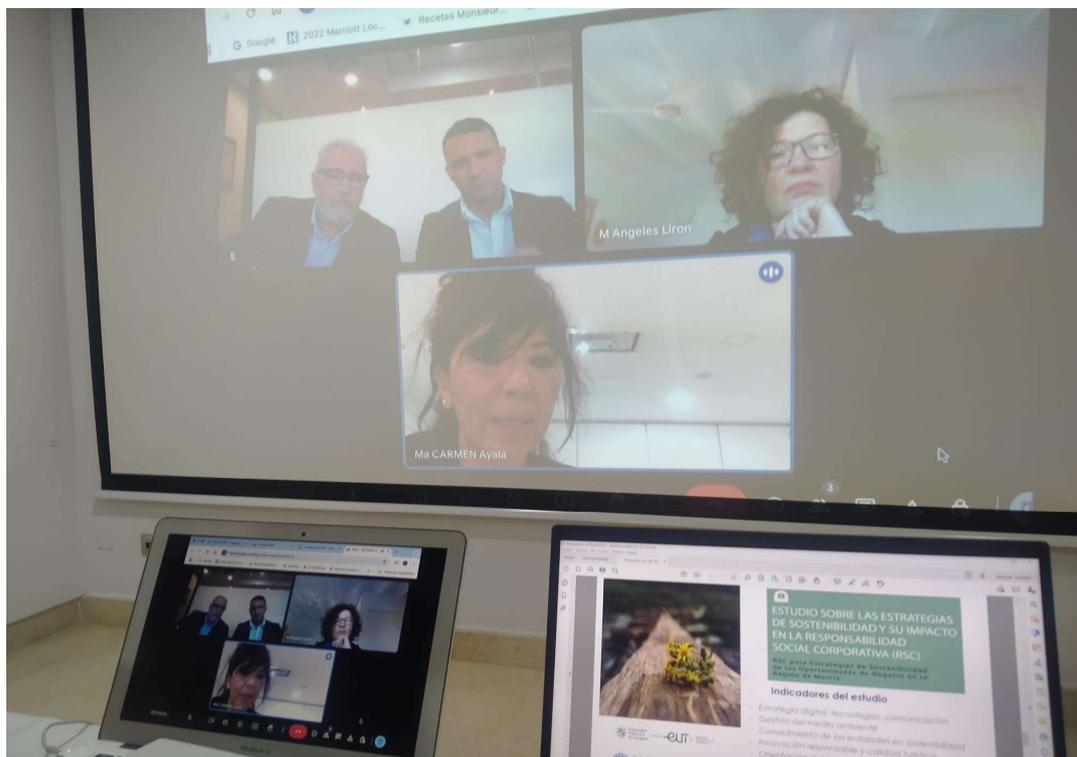
Hoteles: En la dimensión social, hay desconexión entre las necesidades y las condiciones laborales de contratación. Salarios poco sostenibles, Se colabora con gremios marginales y en lo económico, se intenta consumir productos de km 0.

Según Oficina de Congresos: "La administración se apoya en proveedores no locales"-

Falta de empatía hacia el empresario turístico por parte de la sociedad

Falta de innovación en empresas y en el destino

Fecha: 13/02/2025
LORCA TALLER DEL TIEMPO
HOTEL JARDINES DE LORCA



Lorca no es consciente de su potencial turístico pese a la oferta cultural que tiene, y se hace difícil encontrar un eje de desarrollo alrededor de la sostenibilidad. Socialmente no hay conciencia de ciudad turística.

La región tiene la oportunidad frente a la masificación de otras zonas, buscando o apoyando la calidad, tranquilidad, seguridad y precios asequibles.

A nivel empresarial, el hotel sí está alineado con políticas medioambientales con inversiones aunque ve difícil traducir su aportación en términos de rentabilidad

Oportunidad en la oferta complementaria y necesidad de colaboración con otros agentes de la Alianza, como el Cicloturismo.

Lorca ha conseguido un posicionamiento turístico reconocido. Debido a la falta de recursos hídricos, hay avances que han permitido un destino sostenible y, a la vez, alternativo a la masificación de las playas.

Hay que trabajar las barreras existentes en el destino, para poder empezar a hablar de innovación.

Fecha: 14/02/2025
FUNDACIÓN CAMINO DE LA VERA CRUZ



Ventaja: Impulso turístico al Camino, a Caravaca y los pueblos de la comarca, gracias a la peregrinación. Pero falta implicación de todo el territorio

Inconvenientes: Falta de infraestructuras y servicios durante el camino: faltan hoteles, ni servicios complementarios, y emprendimiento ni conciencia para llevar a cabo esa transformación

Identifican conexión de la cadena de valor entre el servicio principal y la necesidad de servicios complementarios. Por ello, se hace patente la necesaria PLANIFICACIÓN.

Hay oportunidades de negocio a partir de esa cadena de valor (ej. portadores de equipajes, traslados, etc.).

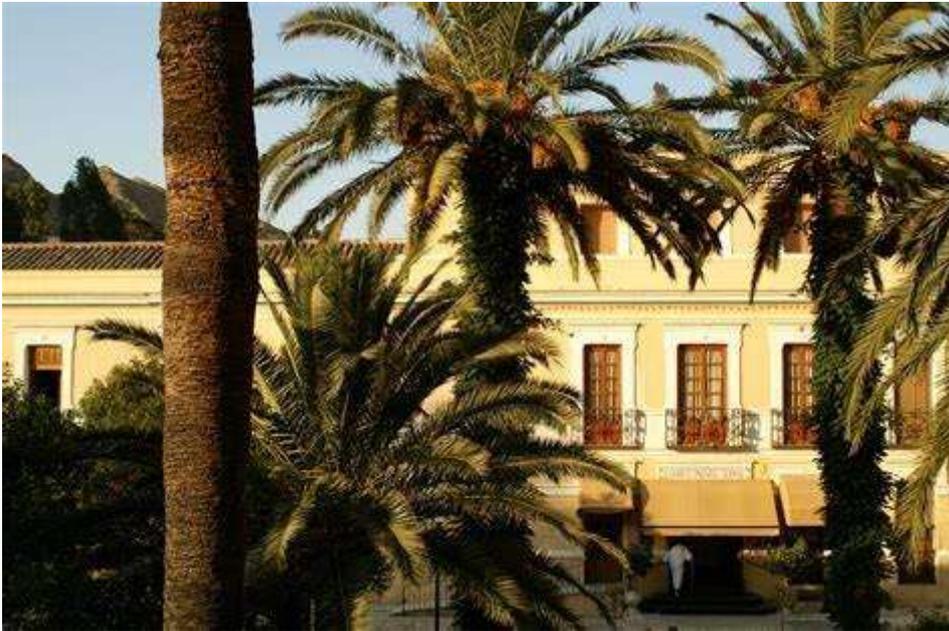
Plan de Sostenibilidad Turística para el Camino de la Cruz.

Necesidad de crear eventos culturales, musicales, etc durante todo el año, en colaboración con ayuntamientos.

Se contempla un nicho de mercado en el turismo religioso a partir de las misiones inversas (Italia, Reino Unido, Polonia, Ucrania, etc.).

Fecha: 27/02/2025

**BALNEARIO DE ARCHENA "HOTEL LAS TERMAS"
CONCEJALÍA DE TURISMO DE ARCHENA**



Destino consolidado
turísticamente gracias al
Balneario de Archena y su
agua minero medicinal

El Ayuntamiento y el
Balneario aplicarán fondos
del Plan de Sostenibilidad
para poner en valor restos
arqueológicos y captar un
turismo cultural.

No todo el pueblo siente el
turismo como fuente de
riqueza y solo identifica al
balneario como recurso.

El Balneario representa el
turismo de salud por
excelencia y aplican
medidas de sostenibilidad,
digitalización, dimensión
social, etc.. Tienen
certificaciones (Q, SICTED,
Sostenibilidad y Bioscore),
que además pueden
aportar un valor añadido
para captar más negocio.

Sobre la digitalización,
buscan ser referente
nacional e internacional
con tecnologías
innovadoras.

Falta oferta
complementaria y más
conciencia social del
Turismo para conseguir
un destino más sólido.

Fecha: 03/03/2025

FEDERACIÓN REGIONAL TRANSPORTE Y AGENCIA DE VIAJES



Existen demasiadas certificaciones de sostenibilidad sin un sólido reflejo práctico . Exceso de burocracia.

Desconexión entre el valor de la sostenibilidad y la forma en la que se impone administrativamente.

La región de Murcia tiene municipios turísticos ricos en oferta turística sostenible (agroturismo, playas, enoturismo, salud, etc.).

Se hace precisa más conexión entre municipios turísticos y más cooperación entre los distintos actores del sector para conocer mejor la oferta.

Fecha: 04/03/2025

BODEGAS DE SAN ISIDRO DE JUMILLA. BODEGAS BSI



Dificultades para la sostenibilidad económica de las explotaciones. Enoturismo es una solución

Otra problemática: el consumo de vino desciende y defiende su consumo como "alimento".

Nuevos retos para implementar la economía circular en los distintos procesos de producción del vino.

Avances tecnológicos para optimizar procesos y ser sostenibles y eficaces.

Oportunidades en vino ecológico

Refuerzan el papel de la mujer en las cooperativas para que adquieran más responsabilidad en la dirección de las explotaciones

Se hace necesaria la coordinación y colaboración público-privada para la mejor planificación del desarrollo turístico de la zona.

Fecha: 04/03/2025

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE GUÍAS OFICIALES DEL TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA



Falta de integración en el sector y comunicación con el colectivo de los GUÍAS.

Demanda más reconocimiento para la labor del profesional del turismo que se dedica a ser GUÍA

Demanda más infraestructuras para el desarrollo de su actividad (áreas de descanso, aparcamientos, baños públicos, más restaurantes, entre otros).

Competencia desleal por parte de los guías que vienen de otras CC.AA. Piden que se les haga desde la administración, un examen para poder hacerlo

Demanda más presencia y que se les tenga más en cuenta en otras asociaciones, como los organizadores de congresos, etc.

Hay que trabajar mejor el marketing, valorar la oferta disponible y creación de nuevos espacios. Dinamizar el turismo regional.

Fecha: 05/03/2025

FEDERACIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE TRANSPORTE DE MURCIA (FROET)



Consideran estar olvidados por parte de la administración, como transporte discrecional.

Las mejoras tecnológicas en los vehículos existen pero no disponen de ayudas para asumirlas.

Innovación y tecnología van de la mano.

Hay pocas empresas con desarrollo sostenible. Hay avances tecnológicos para vehículos eléctricos de corto recorrido, no hay nada para el media y larga distancia.

Se podría aprovechar los desplazamientos para que en los autobuses, se promocionara la Región en las pantallas.

Cree oportuno de forma planificada con los mayoristas y agencias de viajes.

Fecha: 05/03/2025

**ESPAÑA TURÍSTICA, ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE SIERRA
ESPAÑA**

ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL REGIÓN DE MURCIA. RURALMUR



El Territorio Sierra España, goza de gobernanza "Estrategia Integral de Desarrollo Territorial" y aplica políticas basadas en los principios de cooperación, coordinación y participación ciudadana.

En el ámbito rural, consideran una ventaja competitiva el valor que las personas dan al territorio, el sentimiento de pertenencia.

La sostenibilidad la consideran un bien común arraigado en la comunidad local.

Conservación del entorno: Al fomentar prácticas respetuosas con la naturaleza (ecoturismo, rutas de senderismo), se contribuye a preservar la biodiversidad

Dinamización de zonas rurales: la promoción del turismo rural ayuda a fijar población en área que sufren despoblación, generando empleo y oportunidades económicas.

Patrimonio cultural: los pueblos con encanto como Moratalla, Caravaca, Ricote, ofrecen un rico legado histórico y cultural, potenciando la identidad local.

Gastronomía y productos locales: el turismo sostenible apoya la producción agroalimentaria tradicional como los vinos, quesos, etc. Hay desafíos como el de mejorar infraestructuras sin dañar el medio ambiente y garantizar los recursos naturales. Es fundamental la planificación, el apoyo a los pequeños negocios locales y la concienciación de los turistas sobre su impacto.

Fecha: 05/03/2025

AEROPUERTO INTERNACIONAL REGIÓN DE MURCIA. DIRECCIÓN DEL AEROPUERTO DE CORVERA



El grupo Aena tiene políticas corporativas en materias de cumplimiento y sostenibilidad aplicables en sus filiales.

Plan de acción climática, sostenibilidad ambiental, ODS, innovación, accesibilidad son ejemplos de actuaciones del Aeropuerto.

Necesidad de avanzar en diversificación de mercados y en desestacionalización del destino. Los datos de los flujos de turistas son fundamentales para detectar dónde están las demandas de movilidad.

Se necesitan **TRANSPARENCIA, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.**

Trabajan la gobernanza a través de la Mesa de Conectividad con el sector, los municipios y la C. Autónoma. Es preciso mejorar la intermodalidad

La seguridad como la más alta prioridad organizativa y fortaleza.

Sería conveniente promocionar el aeropuerto y la oferta de vuelos en la comunidad local.

Fecha: 11/03/2025

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL GOLF DE LA REGION DE MURCIA (AEGOLF RM)



El golf es una actividad desestacionalizadora para el turismo que contribuye a generar ingresos por su impacto económico en el territorio donde se practica.

Los campos de golf generan ecosistemas mejorando la conservación de la naturaleza (ej. atraen aves migratorias, etc.).

El golf crea empleo, desarrollo local y es fuente de riqueza.

Genera industria auxiliar (mantenimiento, construcción, empresas de seguridad, etc.).

Son estrictos en el cumplimiento de la legislación medioambiental, y contribuyen a su conservación.

Desarrollo tecnológico limitado: apenas perceptible.

Fecha: 18/03/2025
LA MANGA CONSORCIO
ASOCIACION DE COMERCIANTES DE LA MANGA
PUERTO DEPORTIVO TOMÁS MAESTRE
ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE LOS BELONES



Hay oportunidades por desarrollar gracias a los recursos naturales existentes (Islas Hormigas, Cabo de Palos, La Grosa, Rincón de San Ginés, etc.) .

Se precisa un PLAN ESTRATÉGICO para potenciar el destino.

Convencimiento del empresario de que la mejora del destino, precisa de su empuje y reivindicaciones.

Necesidad de mejorar las infraestructuras todo el año (transportes públicos, parking disuasorios, servicios de limpieza incluidas las playas, accesibilidad en la playas, red de oficinas de turismo, etc.).

Las empresas implantan medidas de sostenibilidad. Sin embargo, hay cierta precariedad de avances en el destino en este sentido.

Se precisa desestacionalizar la zona: traer eventos, crear oferta complementaria,

Falta de trabajadores, formación.

Fecha: 18/03/2025

Fecha: 27/03/2025

RUTA DEL VINO DE YECLA, RUTA DEL VINO DE JUMILLA

RUTA DEL VINO DE BULLAS



Las Rutas del Vino de la Región de Murcia, son clubes de producto compuestos por empresas y ayuntamientos que buscan promocionar el territorio, la naturaleza, el patrimonio y la gastronomía teniendo como hilo conductor el vino. Existe una clara co-gobernanza junto con los Ayuntamientos quienes, trabajan planes de sostenibilidad condicionados por las grandes diferencias entre los municipios integrados en las rutas.

Dentro de la RSC, el eje de la sostenibilidad medioambiental es trabajado por las empresas de forma individual, mientras que las Rutas se ocupan más de ejes basados en la sostenibilidad económica y social de las zonas.

Las medidas de RSC existen en bodegas grandes y en pequeñas pero, dependiendo de sus recursos y posibilidades, son más o menos ambiciosos.

La Reducción de huella hídrica, del desperdicio alimentario y la implantación de la economía circular son el común denominador de las bodegas de las 3 Rutas.

Hay medidas de carácter social como el apoyo a grupos de interés con la finalidad de colaborar en la promoción de la cultura y el patrimonio de los municipios integrados en las rutas

Pertenecer a ACEVIN (Asoc. ciudad españolas del vino), les garantiza disponer de estudios de RSC y sostenibilidad.

Planes de crecimiento en torno al ENOTURISMO que apoyan las 3 rutas y Acevin con un estricto manual de producto y servicio. Este respaldo les da proyección internacional.

Grandes ventajas por la conciencia social positiva en los municipios alrededor del vino como motor turístico y seña de identidad: la implicación en las actividades de las rutas es muy significativa.

Tienen barreras como la desconexión con otros municipios, la falta de infraestructuras hoteleras, falta de estructura y más medios económicos para poder acometer planes más ambiciosos.

Tras las entrevistas, se extraen las siguientes conclusiones

- Sostenibilidad como Palanca de Crecimiento para la competitividad
- Genera oportunidades de negocio y potencia el destino
- Piedra angular para la viabilidad del turismo: no agotar los recursos naturales
- Implementan métodos de certificación, pero existe desconexión con la administración
- Genera un Impacto Positivo en el Destino
- Desarrollo tecnológico y sostenibilidad están ligados, aunque este impacto es limitado
- Los retos en economía circular y gestión medioambiental (ej.: reducción de la huella hídrica) son cada vez más frecuentes.
- En el ámbito rural, la sostenibilidad se ve como un bien común arraigado en la comunidad
- La sostenibilidad precisa de una planificación estratégica con implantación eficaz

Como prácticas actuales se destacan o iniciativas actualmente integradas en los entrevistados:

- Se trabajan con certificaciones, campañas de formación, y medidas de reciclaje, reducción de gasto de papel y/o digitalización o medición de huella de carbono.
- Se intenta consumir productos de km 0 y existe colaboración con gremios específico para el suministro, contando con ciertos proveedores que identifican
- Los espacios generan ecosistemas para la conservación de los recursos naturales
- Desarrollo de medidas de economía circular y reducen la huella hídrica y el desperdicio alimentario
- Se promueve el patrimonio en el territorio colaborando en la promoción de la cultura
- Se buscan modelos de referentes nacionales e internacionales con avances en digitalización
- Se implantan mejoras tecnológicas, pero existen dificultades para asumir los costos sin ayudas
- En general existe un estricto cumplimiento de la legislación medioambiental.

Sugerencias y recomendaciones referentes a la Gobernanza: Propuestas de los entrevistados para fomentar la sostenibilidad en el sector

- **Gestión Conjunta Público-Privada:** para desarrollar infraestructuras, facilitar servicios y crear un destino turístico cohesionado.
- **Coordinación en Materia de Digitalización:** entre los municipios y las empresas para mejorar la eficiencia y la competitividad del destino.

- **Gobernanza con Continuidad:** evitando cambios en programas establecidos que afecten al desarrollo turístico planificado previamente.
- **Planificación Estratégica:** en base a los recursos naturales y culturales del destino, así como la mejora de la movilidad y la conectividad intermunicipal.
- **Examinar los Casos de Éxito como Referencia (tanto Nacionales como Internacionales):** modelos y estrategias efectivas que se puedan adaptar y aplicar en la región.
- **Mesa de Conectividad:** Trabajar la gobernanza a través de una Mesa de Conectividad que incluya al sector y a la comunidad autónoma, promoviendo la interconexión intermunicipal.
- **Promoción y Comunicación:** tanto a nivel local como internacional, para atraer más turistas y mejorar la reputación turística.
- **Participación Ciudadana:** Involucrar a la ciudadanía en el proceso de gobernanza, asegurando que las políticas y estrategias reflejen las necesidades y deseos de la comunidad local.

4.- ESTUDIO EMPÍRICO MEDIANTE ENCUESTA TELEFÓNICA A LOS MIEMBROS DE LA ALIANZA.

Esta parte del informe presenta un resumen de las principales conclusiones y propuestas de mejora extraídas del análisis de los diferentes bloques temáticos evaluados a través de un cuestionario dirigido a miembros de la Alianza por el Turismo de la Región de Murcia (Ver Anexo 2). Las respuestas recabadas de empresarios y directivos del sector turístico permiten obtener una visión amplia sobre aspectos clave como la sostenibilidad, la innovación, la digitalización, el aprendizaje medioambiental, la RSC y la comunicación institucional.

Para cada dimensión evaluada, se presenta un gráfico de barras con los valores medios, medianas, modas y desviaciones estándar correspondientes a las preguntas realizadas en el cuestionario, seguido de uno a dos gráficos de sectores (pastel) de las variables que presentan mayor dispersión en las respuestas, lo que indica diferencias significativas entre las empresas del sector.

Las dimensiones analizadas con bases a escalas verificadas en la literatura fueron:

- Gestión medioambiental
- Aprendizaje medioambiental
- Conocimiento de la empresa sobre RSC
- Innovación responsable
- Desempeño social, medioambiental y económico
- Empoderamiento emprendedor (ambiental, económico y social) y empoderamiento femenino
- Estrategia digital

- Herramientas para la difusión de la RSC

4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

4.1.1. Gestión medioambiental

En el Gráfico 1 se muestra los valores medios, medianas, modas y desviaciones estándar para cada una de las seis preguntas relacionadas con la implementación de medidas medioambientales. Cada grupo de barras representa una medida.

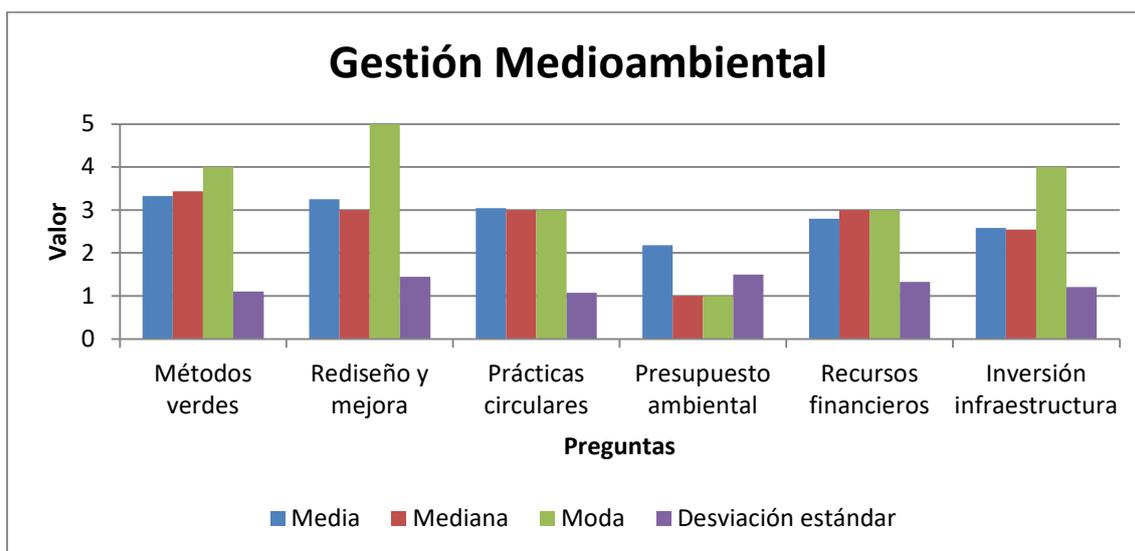


Gráfico 1. Estadísticas de la Gestión Medioambiental

El análisis revela que las medidas mejor valoradas son las relacionadas con tecnologías limpias y el rediseño de productos, mientras que aquellas relacionadas con presupuestos específicos y sistemas formales de gestión presentan las valoraciones más bajas y también una mayor variabilidad entre empresas.

A continuación, se presentan los Gráfico 2 (a y b) de las dos medidas con mayor dispersión en las respuestas, lo que indica diferencias significativas entre las empresas en cuanto a su grado de implementación:

- Presupuesto para programas de gestión medioambiental
- Participación en el rediseño de productos o servicios para cumplir requisitos medioambientales.

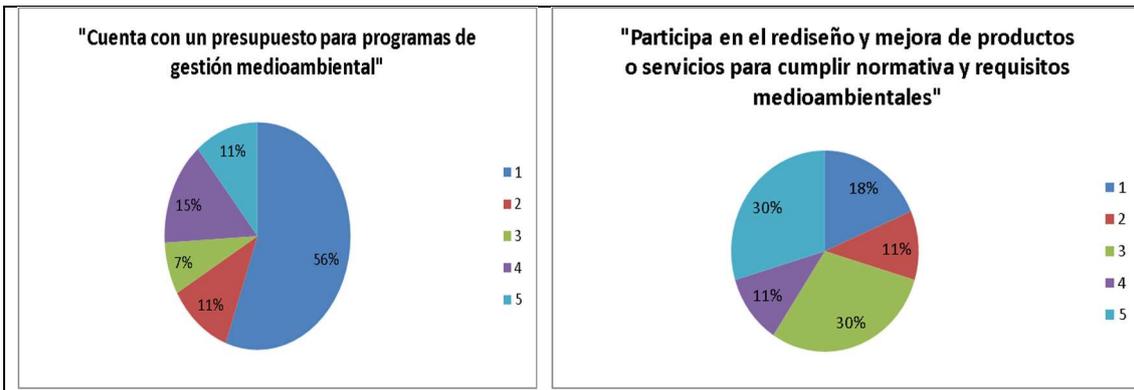


Gráfico 2 (a y b). Preguntas con mayor dispersión.

Los gráficos muestran una alta dispersión en ambas medidas. En la primera, predominan claramente las valoraciones bajas, lo que evidencia una falta de formalización presupuestaria en muchas organizaciones. En la segunda, se observa una distribución amplia entre los niveles, con un número considerable de empresas en los extremos.

El análisis evidencia que, si bien algunas empresas han avanzado en la implementación de tecnologías limpias y prácticas circulares, otras muestran un bajo compromiso en aspectos clave como la asignación presupuestaria o la inversión en sistemas formales. La variabilidad de las respuestas indica que el sector empresarial aún no ha alcanzado un nivel homogéneo en la gestión medioambiental.

Las principales propuestas de mejora en esta dimensión sería la promoción de la inversión en tecnologías sostenibles y presupuestos dedicados a la gestión ambiental, establecer normativas o incentivos que impulsen la adopción de sistemas de gestión ambiental, y fomentar la formación y difusión de buenas prácticas para reducir la brecha entre empresas.

4.1.2. Aprendizaje medioambiental

En esta dimensión se analiza la orientación de las empresas hacia el aprendizaje medioambiental, considerando su capacidad organizativa, la actitud de los empleados y el liderazgo directivo.

El Gráfico 3 presenta la media, mediana, moda y desviación estándar de las valoraciones proporcionadas por las empresas respecto a cada una de las preguntas planteadas.

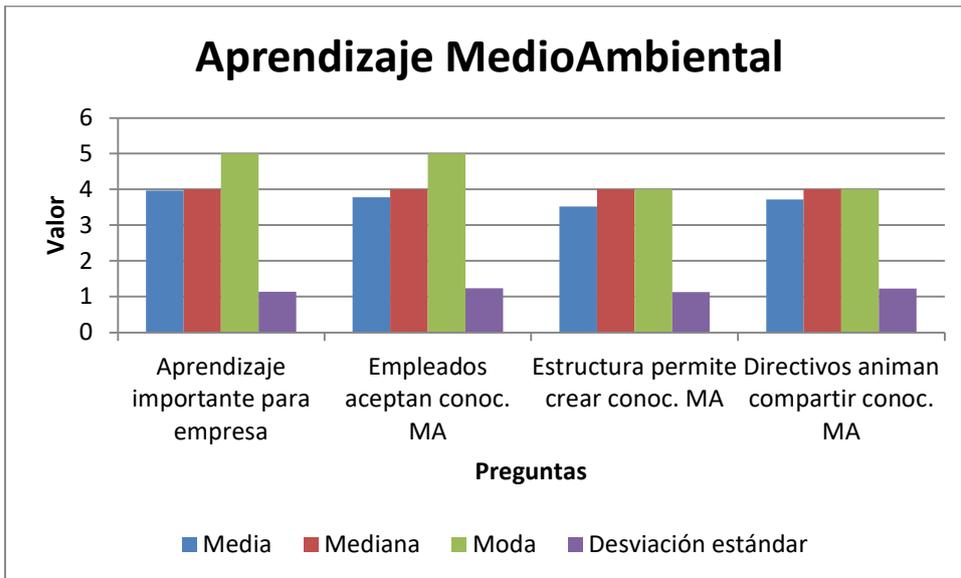


Gráfico 3. Estadística sobre orientación al aprendizaje mediambiental.

El Gráfico 4 representa la distribución de respuestas para la variable que presenta mayor desviación estándar: "Los empleados están dispuestos a aceptar nuevos conocimientos sobre medio ambiente.". Este resultado indica una gran diversidad en la percepción de las empresas respecto a esta medida concreta.

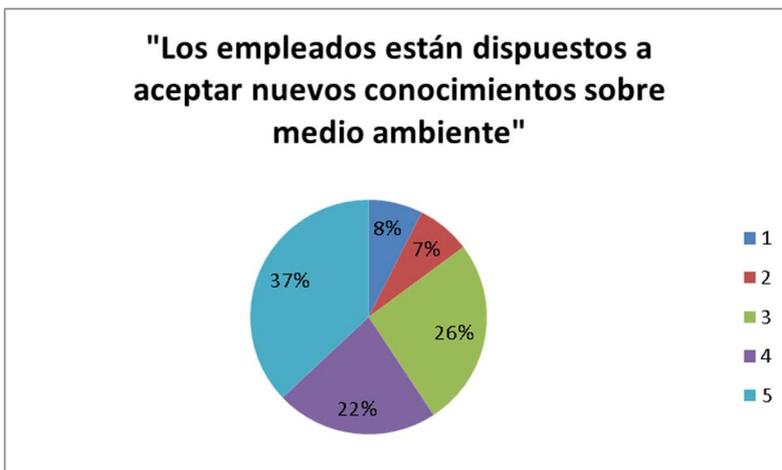


Gráfico 4. Pregunta con mayor dispersión

Del análisis de estos gráficos se puede concluir que las empresas valoran positivamente la importancia del aprendizaje medioambiental, especialmente a nivel individual (empleados). Además, existe una mayor variabilidad en aspectos organizativos y de liderazgo, como la creación de conocimiento o la promoción del aprendizaje por parte de directivos. Esto sugiere que, si bien hay conciencia sobre el tema, todavía no todas las estructuras empresariales están alineadas para facilitar este aprendizaje de forma sistémica.

Con base a estas conclusiones, se propone como aspectos a mejorar, impulsar desde la dirección una cultura de aprendizaje organizativo ambiental mediante el ejemplo y la

comunicación interna, así como, diseñar estructuras organizativas que favorezcan el intercambio de conocimientos ambientales entre áreas y niveles.

4.1.3. Conocimiento de la empresa sobre RSC

En esta dimensión, se analiza el conocimiento que las empresas poseen sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), evaluando aspectos como la influencia institucional, la familiaridad con prácticas de innovación responsable, la experiencia previa y la visión estratégica.

El Gráfico 5 muestra la media, mediana, moda y desviación estándar de las respuestas por cada pregunta sobre RSC. Este análisis permite identificar los ítems mejor valorados, así como aquellos con mayor variabilidad entre empresas.

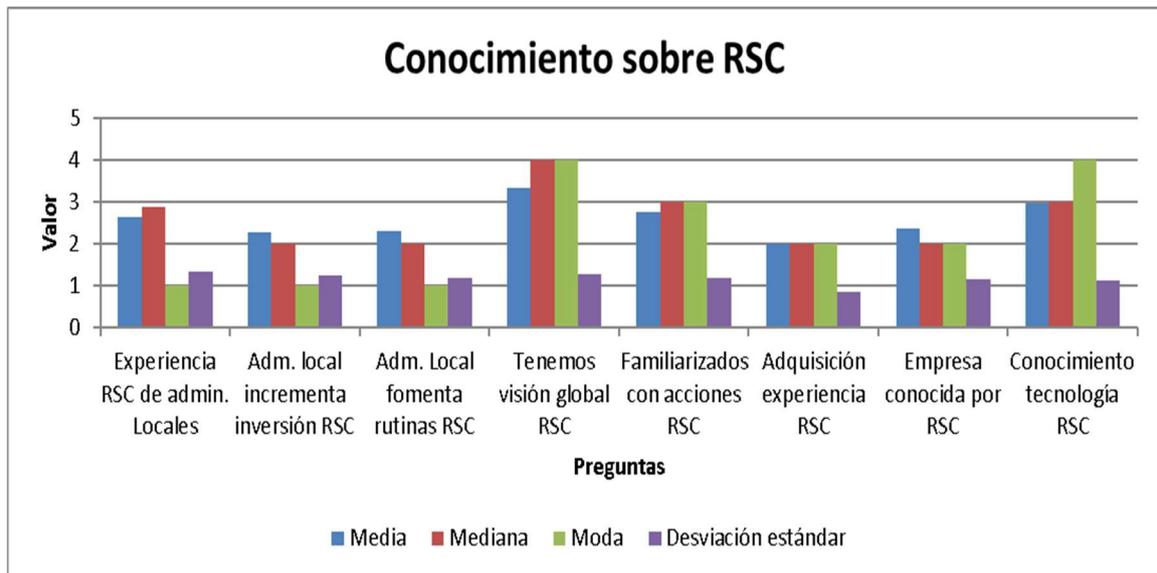


Gráfico 5. Estadísticas sobre el conocimiento sobre RSC

Además, los Gráfico 6 (a y b) representan la distribución de respuestas para las dos variables con mayor desviación estándar:

- a) La experiencia en RSC proviene de las administraciones locales
- b) Estamos familiarizado con acciones de RSC

Estas muestran una notable diversidad de percepciones, lo que evidencia distintos niveles de conocimiento entre las empresas sobre aspectos específicos de la RSC.

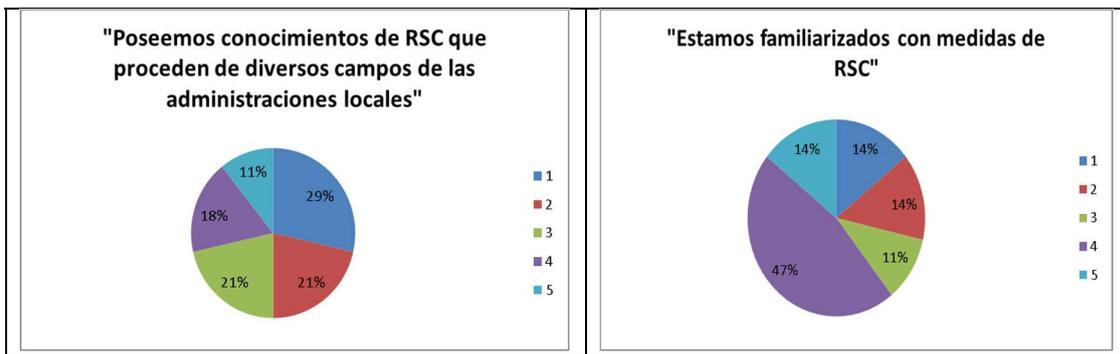


Gráfico 6. Preguntas con mayor dispersión

De los gráficos 5 y 6 se observa que existen grandes diferencias entre empresas respecto a su conocimiento sobre RSC, en particular sobre medidas tecnológicas y acciones reconocidas públicamente. Además, las valoraciones más bajas se concentran en afirmaciones relacionadas con visibilidad de las acciones de RSC y el conocimiento tecnológico asociado, mostrando algunas empresas un nivel avanzado de comprensión estratégica, mientras que otras aún están en fases iniciales de familiarización con el concepto.

Para mejorar estos indicadores se podrían impulsar campañas de difusión sobre RSC dirigidas a pymes y empresas locales, promover la formación técnica y estratégica sobre la aplicación de la RSC en entornos empresariales, establecer plataformas de visibilidad para que las empresas compartan sus experiencias y buenas prácticas en RSC, y fomentar alianzas entre empresas, administraciones y centros educativos para generar conocimiento compartido en torno a la RSC.

4.1.4. Innovación responsable

En esta parte se presenta un análisis sobre la aplicación de medidas de innovación responsable en empresas, basado en los datos obtenidos a través de la encuesta, identificando niveles de adopción de diversas prácticas, así como las áreas de mayor disparidad en su implementación.

El Gráfico 7 muestra, para cada medida evaluada, la media, mediana, moda y desviación estándar de las valoraciones otorgadas por las empresas. Este análisis permite visualizar tanto la tendencia central como la variabilidad de las respuestas.

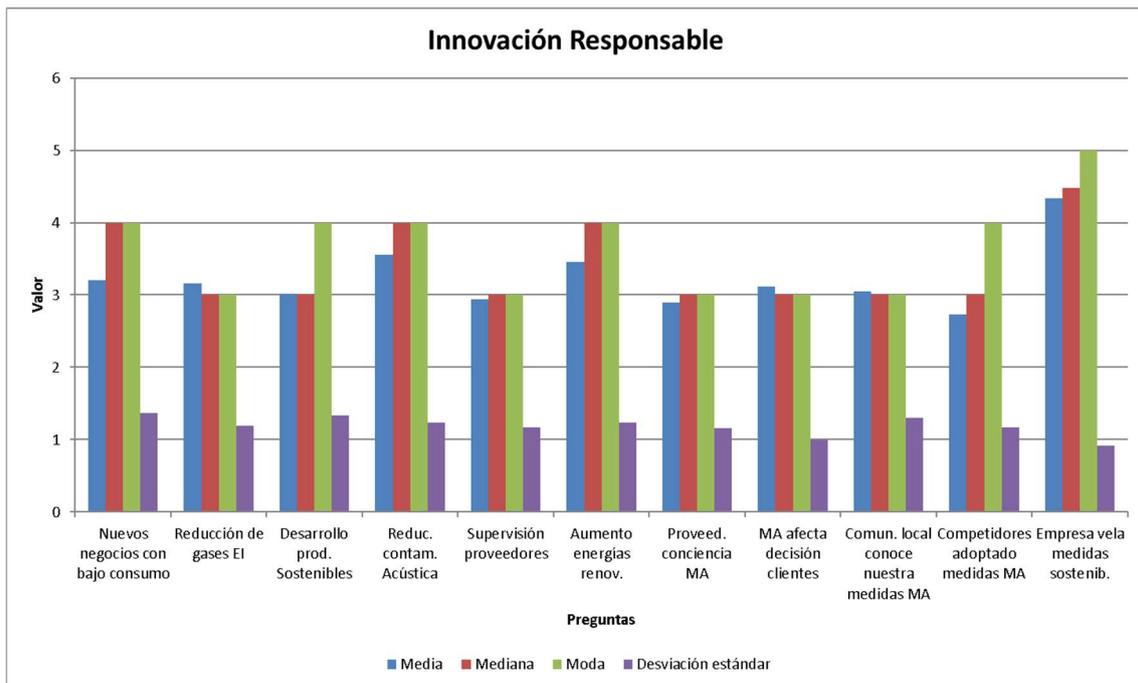


Gráfico 7. Estadísticas de la Innovación responsable

Se observa que algunas prácticas como el uso de energías renovables o la conciencia medioambiental de los clientes presentan una valoración media destacada. Sin embargo, otras como la reducción del impacto acústico o la supervisión medioambiental a proveedores presentan una mayor dispersión, lo que indica diferencias notables en su nivel de implementación entre empresas.

Por otra parte, las dos medidas con mayor dispersión (desviación estándar) en las respuestas, fueron:

- a) Planteamos nuevos negocios con bajo consumo de energía
- b) Reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero



Gráfico 8. Preguntas con mayor dispersión

Estos gráficos reflejan que ciertas prácticas de innovación responsable no están igualmente adoptadas por todas las empresas. En particular, se evidencia un reparto desigual entre las empresas que aplican intensamente estas medidas y aquellas que no las consideran prioritarias.

El análisis de los datos revela una adopción dispar de las medidas de innovación responsable. Algunas empresas muestran un compromiso activo con la sostenibilidad y la mejora ambiental, mientras que otras aún no han incorporado estas prácticas de forma estructurada.

Para mejorar estos resultados, se propone impulsar programas de concienciación y formación en sostenibilidad e innovación responsable, establecer incentivos fiscales o normativos para empresas que adopten prácticas responsables, promover el intercambio de buenas prácticas entre empresas para reducir la dispersión en la adopción de medidas clave, y fomentar la colaboración con proveedores y la comunidad local para generar un impacto ambiental conjunto y positivo.

4.1.5. Desempeño social, medioambiental y económico

En esta parte se analiza el desempeño empresarial en dimensiones sociales, medioambientales y económicas, a través de valoraciones sobre prácticas clave como la cooperación, la reducción del impacto ambiental, la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

Los Gráficos 9 (a, b y c) muestra las estadísticas básicas —media, mediana, moda y desviación estándar— para cada pregunta del desempeño social, medioambiental y económico respectivamente. Esto permite comparar el nivel de implementación de distintas prácticas de sostenibilidad.

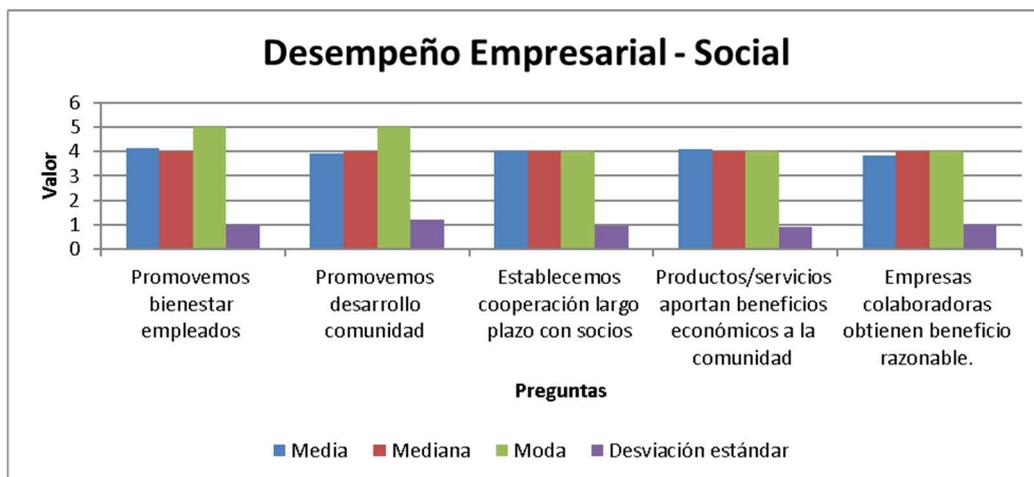


Gráfico 9.a. Estadísticas desempeño social

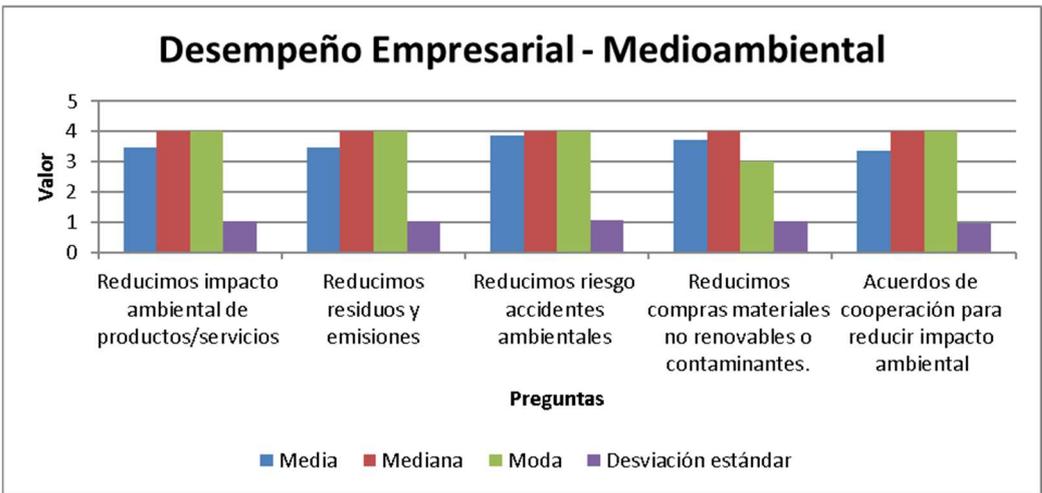


Gráfico 9.b. Estadísticas desempeño medioambiental

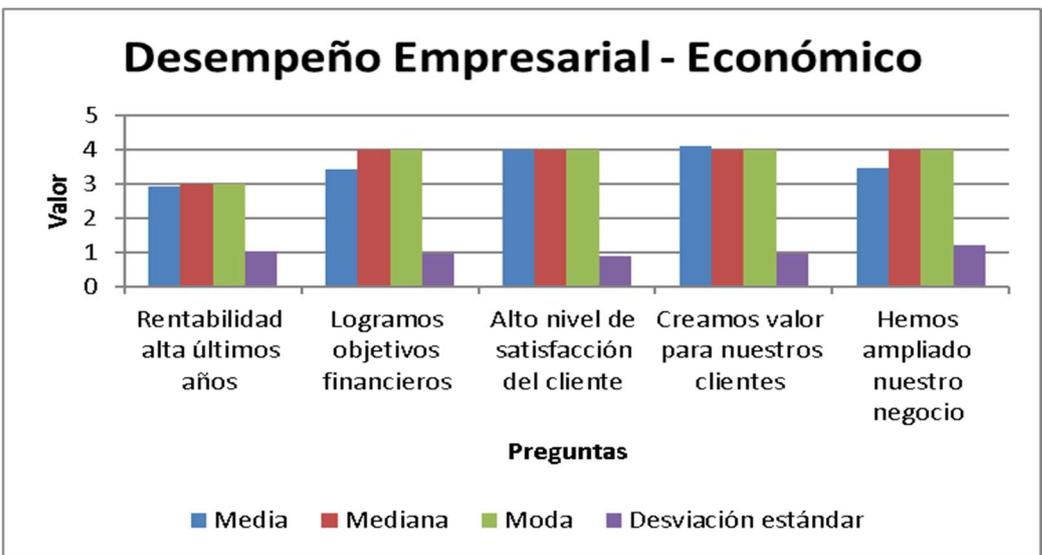


Gráfico 9.c. Estadísticas desempeño económico

Adicionalmente, el Gráfico 10 (a y b) representan la distribución de respuestas para las dos variables con mayor dispersión:

- a) Promovemos el desarrollo de la comunidad
- b) Hemos ampliado nuestro negocio



Gráfico 10 (a y b). Preguntas con mayor dispersión

Estas muestran diferencias significativas entre empresas en cuanto al grado de implementación o percepción de ciertas prácticas.

De estos resultados se puede concluir que las prácticas mejor valoradas son aquellas relacionadas con la creación de valor para los clientes y el bienestar de los empleados. Además, las mayores diferencias entre empresas se encuentran en medidas relacionadas con el impacto ambiental y la expansión del negocio, ya que algunas empresas están claramente más avanzadas en sostenibilidad, mientras que otras muestran rezagos en áreas clave.

Para mejorar esto, se propone impulsar acuerdos de cooperación ambiental entre empresas para compartir recursos y buenas prácticas, medir y reducir sistemáticamente el impacto ambiental de productos y procesos productivos, fomentar el equilibrio entre rentabilidad, crecimiento y responsabilidad social como pilares estratégicos, e integrar indicadores de sostenibilidad en los sistemas de evaluación de desempeño y toma de decisiones.

4.1.6. Empoderamiento emprendedor y femenino

En esta dimensión se analiza cómo las empresas fomentan el empoderamiento emprendedor a través de aspectos relacionados con el aprendizaje medioambiental, el bienestar social y la implicación comunitaria. También se analiza el grado de acuerdo de las empresas con diversas afirmaciones relacionadas con el empoderamiento femenino. En el Gráfico 11 se muestra los valores estadísticos por cada pregunta planteada. Las medidas con mayor puntuación media incluyen el bienestar de los empleados y el espíritu de comunidad, mientras que aquellas asociadas al aprendizaje ambiental presentan más dispersión.

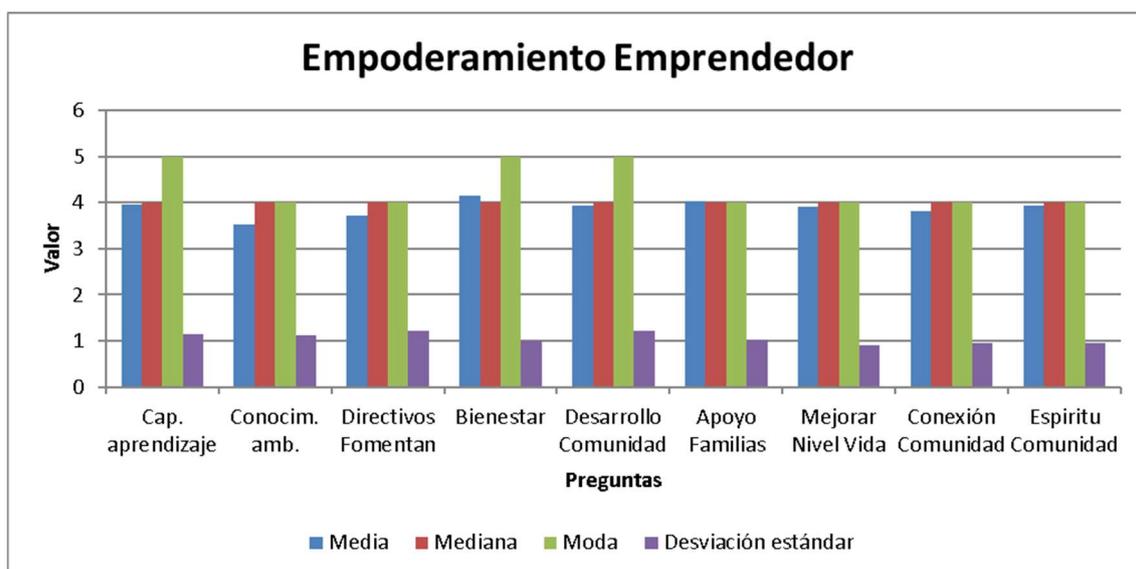


Gráfico 11. Estadísticas empoderamiento (ambiental, económico y social)

Los Gráficos 12 (a y b) representan la distribución porcentual de las respuestas para las dos variables con mayor desviación estándar:

- a) Los directivos animan a los empleados a compartir conocimientos ambientales
- b) Promovemos el desarrollo sostenible de la comunidad

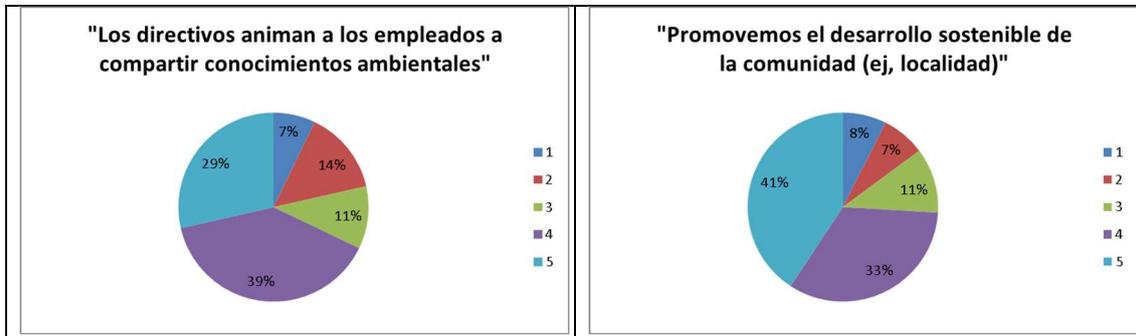


Gráfico 12 (a y b). Preguntas con mayor dispersión

Estas muestran una diversidad notable de opiniones entre empresas respecto a ciertas prácticas, especialmente en torno a la creación de conocimiento ambiental y al apoyo a la conciliación laboral.

Con respecto al empoderamiento femenino, en el Gráfico 13 se presentan las medidas estadísticas (media, mediana, moda y desviación estándar) para cada pregunta evaluada sobre empoderamiento femenino que permiten identificar cuáles son las afirmaciones más apoyadas por las empresas y aquellas donde existe mayor discrepancia.

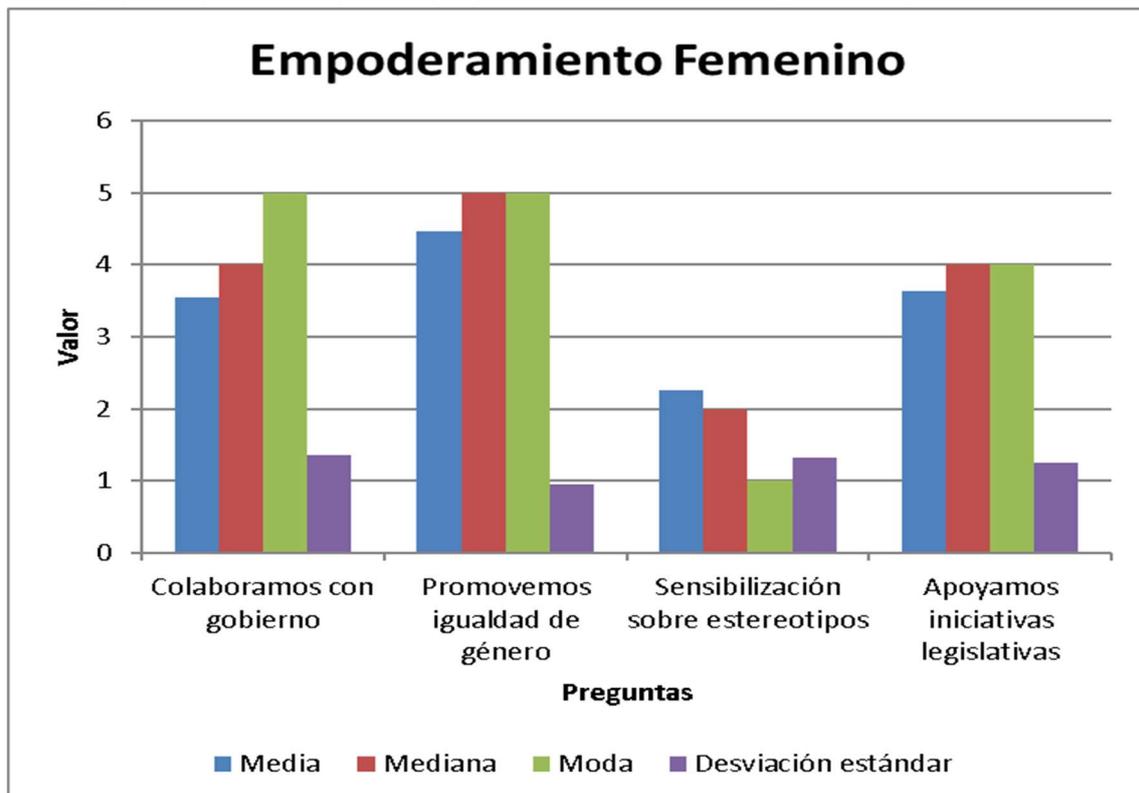


Gráfico 13. Estadísticas sobre empoderamiento femenino.

Se presenta también el Gráfico 14 correspondiente a la pregunta con mayor desviación estándar: "Colaboramos con gobiernos o instituciones para impulsar políticas que favorezcan el emprendimiento femenino", lo cual refleja una alta diversidad de opiniones entre las empresas participantes.



Gráfico 14. Pregunta con mayor dispersión

Con base a estos resultados, se puede concluir que las empresas valoran altamente el bienestar de los empleados y la conexión con la comunidad. Sin embargo, existen diferencias importantes en la percepción sobre el aprendizaje ambiental y el apoyo familiar, lo que indica áreas de mejora. Además, la dispersión en algunas variables sugiere que no todas las empresas han integrado plenamente la cultura emprendedora responsable. Con respecto al empoderamiento femenino, algunas afirmaciones muestran un alto nivel de acuerdo, como la promoción activa de la igualdad de género, pero otras medidas, como la colaboración con gobiernos o campañas de sensibilización, presentan mayor variabilidad o menor apoyo, indicando la dispersión en algunas respuestas, que no todas las empresas se encuentran en el mismo punto respecto al empoderamiento femenino.

Partiendo de estos resultados, se sugiere potenciar programas de formación en sostenibilidad y conocimiento ambiental a todos los niveles de la organización, establecer medidas estructuradas para la conciliación laboral y el apoyo familiar dentro del entorno empresarial, difundir buenas prácticas de empresas referentes que integran el empoderamiento emprendedor como eje de su cultura, y fomentar alianzas y redes colaborativas entre empresas que impulsen el aprendizaje compartido y el desarrollo sostenible. Asimismo, se debe fomentar alianzas con instituciones públicas para impulsar políticas de igualdad y emprendimiento femenino, establecer programas de sensibilización interna y externa sobre estereotipos de género y compartir buenas prácticas entre empresas líderes en igualdad para inspirar a otras organizaciones.

4.1.7. Estrategia digital

Esta dimensión analiza los objetivos estratégicos digitales de las empresas, incluyendo aspectos como la transformación de procesos, mejora de la innovación, eficiencia, toma de decisiones y compromiso del cliente.

El Gráfico 15 muestra los valores medios, medianas, modas y desviaciones estándar de cada uno de los objetivos estratégicos digitales valorados por las empresas.

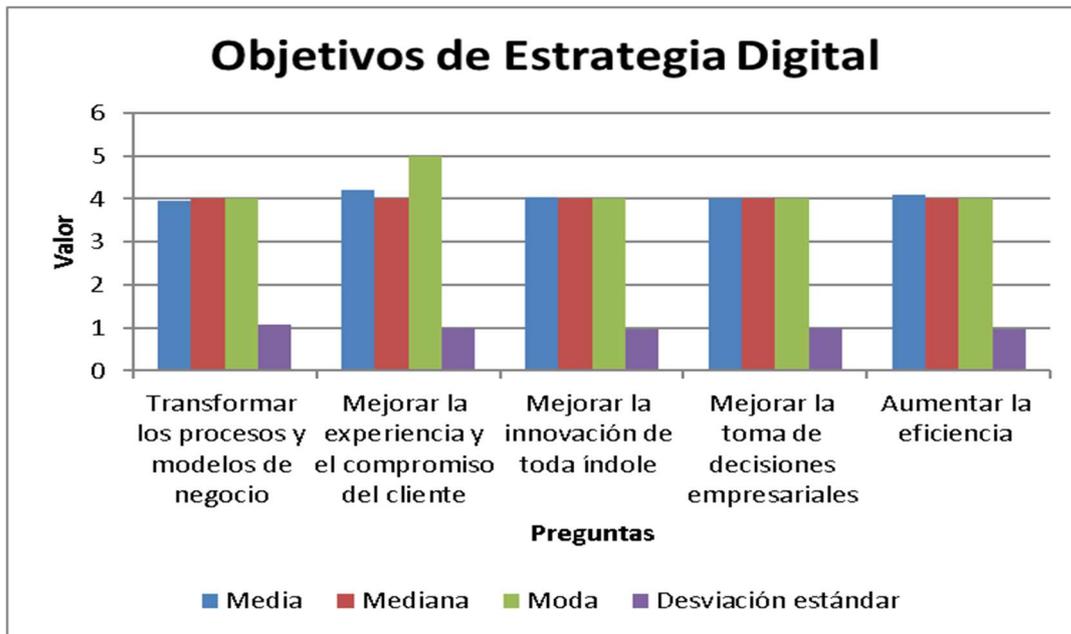


Gráfico 15. Estadísticas de los objetivos de estrategia digital

Asimismo, el Gráfico 16 representa la distribución de respuestas para la variable con mayor desviación estándar: "Transformar los procesos y modelos de negocio (ej. hacer crecer nuevas líneas de negocio)". Esta variable muestra una alta heterogeneidad, lo que sugiere diferencias significativas entre empresas en su implementación o priorización.

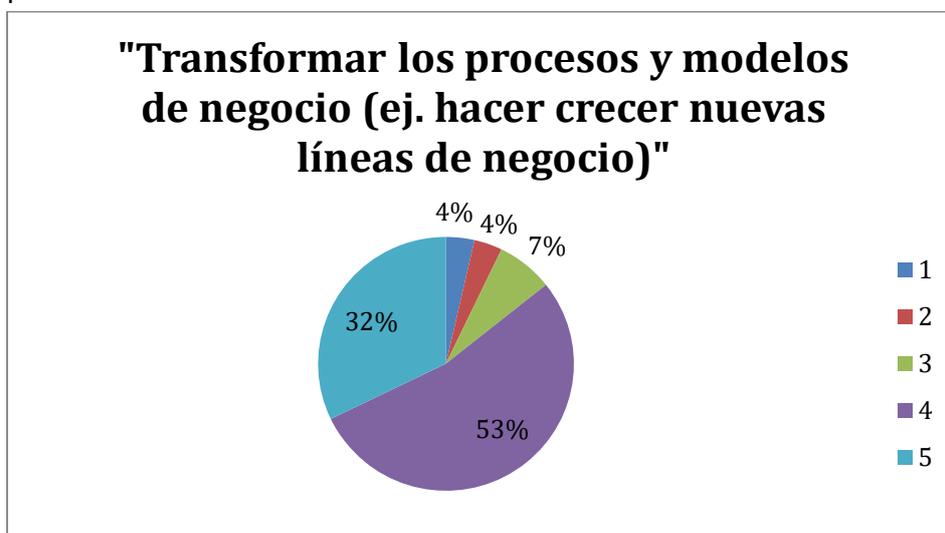


Gráfico 16. Pregunta con mayor dispersión

Con estos resultados, se puede concluir que las empresas valoran de forma alta y relativamente homogénea objetivos como mejorar la eficiencia y el compromiso del cliente. Sin embargo, la mayor dispersión se observa en el objetivo de transformación de procesos y modelos de negocio, lo que sugiere distintos niveles de madurez digital, ya que algunas empresas están adoptando estrategias digitales de forma intensiva, mientras que otras aún se encuentran en etapas incipientes.

De aquí surgen algunas propuestas como impulsar programas de capacitación en transformación digital orientados a pymes, fomentar la automatización de procesos como palanca para incrementar la eficiencia y facilitar la innovación, establecer hojas de ruta digitales sectoriales que orienten a las empresas en la adopción progresiva de tecnologías y modelos innovadores, y compartir casos de éxito de transformación digital como fuente de inspiración y aprendizaje colaborativo.

4.1.8. Herramientas para la difusión de la RSC

Esta dimensión analiza la frecuencia con la que las empresas utilizan distintas herramientas digitales para difundir sus actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Se evalúan medios como páginas web, redes sociales, blogs, medios digitales y aplicaciones de atención al cliente.

El Gráfico 17 presenta los valores medios, medianas, modas y desviaciones estándar correspondientes al uso de cada herramienta. Permite observar cuáles son las más utilizadas de forma sistemática y cuáles presentan mayor dispersión en su uso.

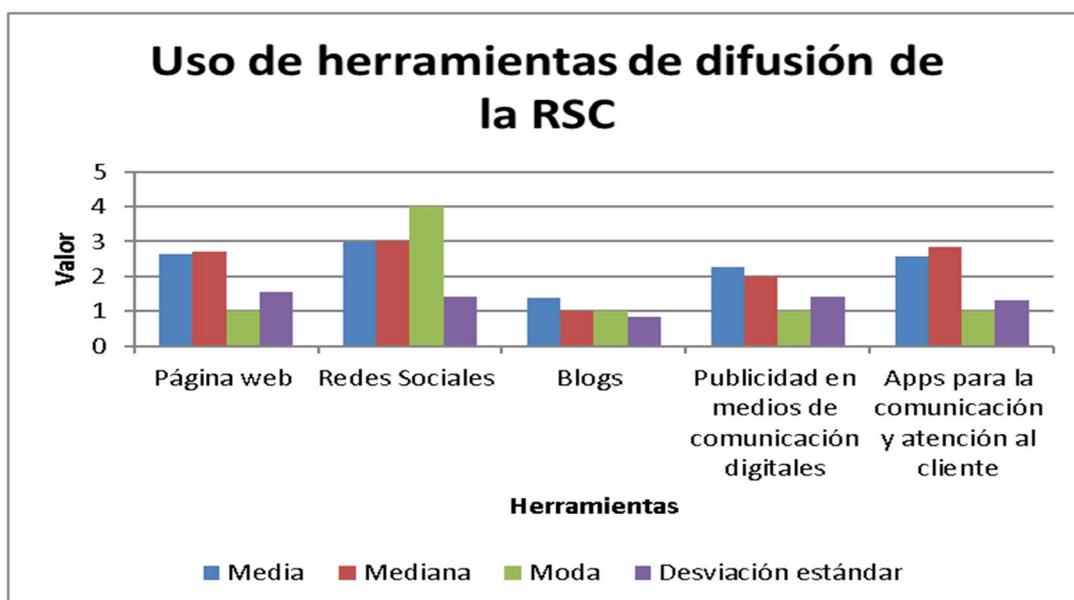


Gráfico 17. Estadísticas del uso de herramientas de difusión de la RSC

El Gráfico 18 muestra la distribución de respuestas para la herramienta que presenta mayor dispersión en su uso: "Página web ". Este gráfico evidencia la diversidad en la frecuencia de uso entre empresas.

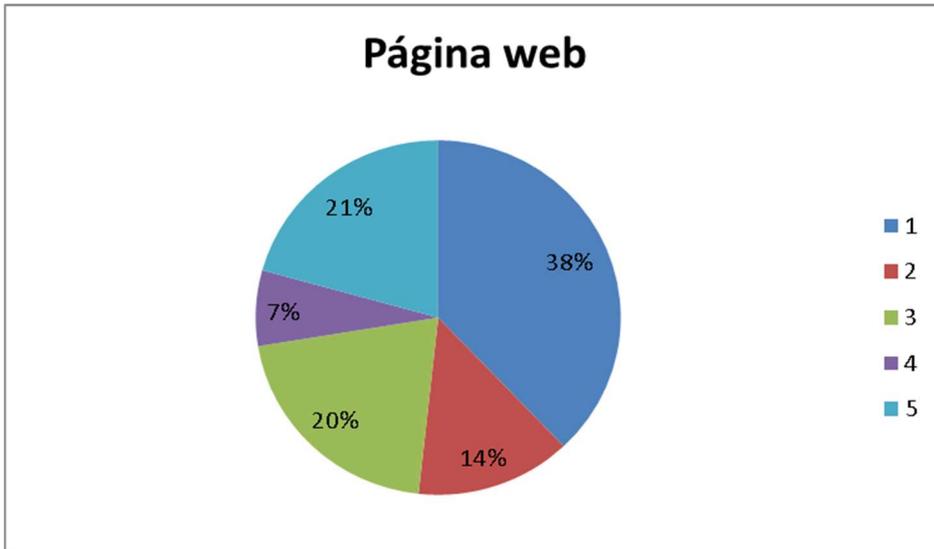


Gráfico 18. Pregunta con mayor dispersión

De estos resultados se puede concluir que la herramienta más utilizada es la página web corporativa, aunque con fuerte polarización (muchas empresas la usan intensamente y otras no la emplean en absoluto). Además, existen herramientas, como los blogs, con un uso muy residual y baja presencia entre las empresas analizadas, y las redes sociales y las aplicaciones muestran niveles intermedios, aunque con gran dispersión en su uso. Para mejorar el uso de estas herramientas, se propone promover la formación en comunicación digital para empresas que aún no aprovechan estas herramientas, fomentar el uso integrado de canales digitales (web, redes, apps) para lograr mayor impacto en la difusión de actividades de RSC, impulsar buenas prácticas y casos de éxito que sirvan de referencia para empresas con baja presencia digital, y evaluar el impacto de cada canal para optimizar recursos y focalizar los esfuerzos en los medios más efectivos.

5.- RESULTADOS Y PUNTOS CRÍTICOS DEL DIAGNÓSTICO.

El análisis DAFO proporciona una base sólida para desarrollar estrategias que mejoren la gestión de destinos y fomenten la innovación en productos y servicios turísticos.

Cuadro 1. Análisis DAFO Panel de Expertos Alianza por el Turismo (AXTRM)

Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
Posicionamiento del destino turístico	Competencia de otros destinos que han avanzado más rápido en sostenibilidad y diferenciación.	Oferta turística diversa y atractiva. Riqueza natural y cultural de la Región de Murcia, con potencial para un turismo sostenible de calidad.	Integración de actividades complementarias
Acceso a financiación y recursos para la implementación de prácticas sostenibles.	Condiciones laborales de otras comunidades que desplazan al personal. Ej. Guías	Sostenibilidad como ventaja competitiva	Mejoras en infraestructuras con apoyo de la gobernanza
La heterogeneidad del grupo manifiesta diferente implementación en las medidas de sostenibilidad	Explotación de recursos turísticos en otros usos alternativos	Valor del turismo para la sociedad	Diseño de productos y servicios turísticos innovadores
Existen grandes desafíos en la co-gobernanza	Necesidad de conservación de los recursos turísticos	Destino tranquilo, seguro y asequible	Garantizar un desarrollo económico justo
Deficiencias en la formación y capacitación del sector en materia de sostenibilidad.	Implementación de tecnologías que no se aplican entre los negocios turísticos. Ej. IA, Destinos turísticos inteligentes, etc.	Existencia de iniciativas individuales en empresas y entidades que pueden servir de base para una estrategia más estructurada.	Crecimiento de la demanda de turismo sostenible a nivel nacional e internacional.
Resistencia a la digitalización	Riesgo de que la sostenibilidad se perciba solo como un requisito administrativo y no como una estrategia de valor.	Interés creciente de algunos segmentos del sector por adaptarse a modelos de turismo responsable.	Acceso a fondos europeos y ayudas para la transición hacia un modelo turístico más sostenible.

Debilidades	Amenazas	Fortalezas	Oportunidades
Falta de planificación, coordinación y visión estratégica común entre los distintos actores	Regulaciones ambientales cada vez más estrictas que pueden generar costes adicionales si no se anticipan.	Presencia de universidades y centros de investigación que pueden impulsar innovación en sostenibilidad.	Uso de la sostenibilidad como factor diferenciador para posicionar a la Región de Murcia en el mercado.
Escasa percepción del turismo sostenible como factor diferenciador y competitivo.	Cambio climático y degradación de los recursos naturales que sustentan la oferta turística.	Apoyo institucional y políticas públicas alineadas con la sostenibilidad.	Desarrollo de productos turísticos sostenibles que diversifiquen la oferta y reduzcan la estacionalidad.
Déficit en infraestructuras inter-municipales	Creciente exigencia de los mercados turísticos hacia destinos con políticas de sostenibilidad bien estructuradas.	Incremento de conectividad gracias al aeropuerto y ferrocarril	Posibilidad de crear un sello de sostenibilidad regional que ayude a generar identidad y valor de marca.

En base a ello podríamos formular la misión y la visión de la AXTRM, establecer algunos retos a los que se presenta a corto plazo medidas y algunas de las actividades:

Misión de la AXTRM. Entidad que trabaja con independencia y libertad para afrontar los retos del sector turístico de la Región de Murcia.

Visión de la AXTRM. La Innovación y la cooperación para conseguir un destino más competitivo.

La misión de la AXTRM se centra en impulsar la sostenibilidad turística en la Región de Murcia a través de la cooperación entre empresas, administraciones y otros actores clave, fomentando un modelo de desarrollo que mejore la competitividad del destino, preserve sus recursos naturales y culturales, y responda a las demandas del turismo responsable.

5.1. Retos del Ecosistema de Innovación y Cooperación en Sostenibilidad Turística:

- Superar la desconexión del sector: fomentar la cooperación entre empresas, asociaciones y administraciones para desarrollar estrategias conjuntas de sostenibilidad. Activar la co-gobernanza
- Convertir la sostenibilidad en una ventaja competitiva: integrar las prácticas sostenibles en la oferta turística y posicionar la Región de Murcia como un destino diferenciado, nacional e internacionalmente
- Facilitar el acceso a formación y recursos: proveer herramientas, formación y asesoramiento para que los actores del sector puedan aplicar medidas sostenibles de manera efectiva.
- Fomentar la innovación y la digitalización: apoyar proyectos innovadores en sostenibilidad promoviendo la adopción de tecnología verde y modelos de gestión eficientes.
- Alinear el sector con las políticas públicas y los fondos europeos: aprovechar las oportunidades de financiación y regulación para impulsar la transformación del destino
- Sensibilizar al visitante y al sector: generar conciencia sobre la importancia del turismo sostenible tanto en los turistas como en las empresas.
- Sensibilizar al ciudadano y a la sociedad del valor del turismo.

5.2. Medidas Estratégicas

- ✓ Diseñar un plan de acción conjunto desde la AXTRM que refuerce la adopción transversal de prácticas sostenibles, con foco en innovación, digitalización y RSC.
- ✓ Establecer canales estables de colaboración público-privada para promover el empoderamiento y el emprendimiento en el sector turístico regional.
- ✓ Medir regularmente el desempeño en sostenibilidad, aprendizaje y responsabilidad corporativa a través de indicadores homogéneos compartidos entre los miembros de la AXTRM.
- ✓ Establecer canales estables de colaboración público-privada para promover el empoderamiento y el emprendimiento en el sector turístico regional.
- ✓ Desarrollo de un sello de sostenibilidad regional:
 - Reconocer a empresas y servicios turísticos que implementen prácticas sostenibles

- Generar valor de marca para la Región de Murcia como destino responsable.
- ✓ Creación de un Observatorio de Sostenibilidad Turística
 - Monitorizar y evaluar el impacto de las acciones sostenibles en el sector
 - Publicar informes periódicos con datos y buenas prácticas
- ✓ Soluciones a las infraestructuras interterritoriales para generar cohesión entre los distintos destinos turísticos con apoyo de la gobernanza.
- ✓ Programas de financiación y subvenciones
 - Identificar y canalizar ayudas y fondos europeos para proyectos sostenibles
 - Asesoramiento para la solicitud de financiación.
- ✓ Alianzas con Universidades y Centros de Innovación.
 - Desarrollar proyectos de investigación y soluciones innovadoras aplicadas al turismo sostenible
 - Generar sinergias con el Laboratorio de Innovación Turística en la Región de Murcia.
- ✓ Creación de rutas y productos turísticos sostenibles
 - Impulsar el ecoturismo, el turismo gastronómico local y las experiencias de bajo impacto ambiental
 - Potenciar el uso de transportes sostenibles en las rutas turísticas
 - Integración de las actividades complementarias que añaden valor, más allá de la rentabilidad de los negocios turísticos.
- ✓ Campañas de sensibilización y Marketing verde
 - Promocionar el destino a nivel nacional e internacional como un referente en sostenibilidad.
 - Diseñar campañas para educar a turistas sobre la importancia de un consumo responsable
- ✓ Implementación de estrategias de comunicación y digitalización
 - Promociones para fidelizar clientela,
 - Destino tranquilo y asequible
 - Valores diferenciarles del entorno.
 - Concienciación a intermediarios del valor de la calidad y de la sostenibilidad
 - Optimización de los recursos medioambientales a través de un catálogo

- Impulsar la visibilidad de buenas prácticas mediante campañas digitales y herramientas de difusión modernas (blogs, apps, CRM, medios digitales).
- ✓ Revisión de la información turística de los destinos y organización de los espacios
 - Señalización turística
 - Información turística
 - Valor de los guías turísticos y su posicionamiento como recurso necesario
 - Dotar a los espacios turísticos de servicios mínimos para garantizar el bienestar de los turistas y de la sociedad local
 - Posicionar la marca sostenibilidad turística en destinos y servicios.
- ✓ Concienciación Social
 - Mejorar la empatía hacia el empresario turístico desde la ciudadanía
 - Generación de oportunidades para implantación en el sector del turismo los jóvenes y otros colectivos interesados
- ✓ Plataforma de formación y asesoramiento
 - Guías prácticas para la transición sostenible de empresas turística
 - Implementar programas de formación para empresarios y directivos en gestión ambiental, transformación digital, liderazgo sostenible y empoderamiento organizacional.

5.3. Actividades

- ✓ Foro Anual de Turismo Sostenible en la Región de Murcia
 - Encuentro de Empresas, Instituciones y Expertos para compartir experiencias y estrategias
- ✓ Premios a la Innovación y Sostenibilidad Turística
 - Incentivar buenas prácticas y reconocer los mejores proyectos del sector
- ✓ Proyectos Piloto de Sostenibilidad
 - Implementación de prácticas innovadoras en empresas voluntarias como casos de éxito replicable
- ✓ Networking y mesas de trabajo.
 - Espacios de colaboración entre empresas para generar proyectos conjuntos.
 - Estudio para conciliación de la oferta a la estacionalidad
 - Visualización de los recursos turísticos en los municipios, así como la oferta cultural existente.

- Creación de una federación de gremios profesionales del turismo
 - Recuperación de zonas rurales con encanto
 - Plan de conexión de la oferta turística con los servicios complementarios.
- ✓ Turismo Cero Huella
 - Programa para reducir la huella de carbono del turismo en la Región de Murcia mediante compensaciones ambientales y energías renovables.
- ✓ Congreso de turismo regenerativo

6.- CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES.

En el estudio cualitativo del proyecto “RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) PARA ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA”, se ha considerado como indicador de cumplimiento, el diagnóstico de los miembros de la Alianza por el Turismo en la Región de Murcia. Fueron entrevistadas la mayoría de las asociaciones, empresas, profesionales, un ayuntamiento y una fundación; todas las personas entrevistadas y entidades tienen gran representatividad en el sector.

Existe una elevada concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad, la innovación responsable y el bienestar de los empleados como pilares estratégicos en las empresas turísticas, sin embargo, se observan niveles dispares de implementación en diferentes dimensiones, especialmente en la inversión tecnológica, la planificación estructurada de acciones de RSC y la transformación digital.

Las empresas muestran buena disposición al aprendizaje medioambiental, aunque existen limitaciones en cuanto a la creación de conocimiento compartido y la implicación activa del liderazgo.

En lo que respecta al empoderamiento, se detecta mayor fortaleza en el ámbito personal y de valores, pero carencias en la colaboración institucional y en la promoción activa desde la estructura organizativa.

La comunicación externa sobre RSC, si bien se reconoce como importante, aún es escasa en muchos casos, y hay poca utilización de herramientas digitales más allá de la página web y redes sociales básicas.

También se detecta la necesaria gobernanza del sector privado y público, para compartir enfoques sobre políticas turísticas en el destino desde diferentes puntos de vista; entre otras, en la búsqueda de la capacidad directiva de la administración y la implicación y conocimiento del sector privado. Entendemos que estas capacidades asociadas a la

innovación responsable y a las estrategias de cooperación generarían un terreno productivo para crecer alrededor de la responsabilidad social corporativa. En este contexto, tiene lugar este estudio basado en un autodiagnóstico del grupo a través de numerosas entrevistas alrededor el impacto de la sostenibilidad en la responsabilidad social corporativa.

Se pone de manifiesto la necesidad de diseñar nuevos productos y servicios turísticos innovadores y complementarios que posicionen a la Región de Murcia en aquel lugar donde la diferenciación del destino, la oferta y su valor añadido, se abran camino para que sean características que valoren muy positivamente los turistas.

Algunas ideas para poner en marcha de forma conjunta pasarían por implantar nuevos sistemas que sirvieran para cuidar el medio ambiente, impulsar el bienestar social y cultural en el territorio y garantizar un desarrollo económico justo. Por la mayoría de las entidades consultadas y foros en los que se ha participado se constata que en el sector existe una oportunidad: la transformación empresarial hacia un modelo de más sostenibilidad y competitividad, en base a perfeccionar la puesta en valor, conectar motivaciones, mitigar el impacto social y ambiental, apostar por la accesibilidad e impulsar la transformación digital.

Algunas de las herramientas clave para esa transición hacia una empresa turística inteligente, está siendo la aplicación de la domótica en los establecimientos, las experiencias inmersivas, sistemas de geolocalización, mapas interactivos, tecnologías de inteligencia artificial para gestión de los negocios, ahorro energético, consumo de producto de proximidad, la aplicación de tecnologías para mejora de la ciberseguridad y la protección de datos del usuario, entre otros.

Es preceptivo, por tanto, la consolidación de ese ecosistema de innovación y cooperación en base al establecimiento de redes y alianzas estratégicas, como proceso estratégico donde la integración de las tecnologías digitales y la capacidad de adaptación a los cambios sea el común denominador en el sector.

En primera instancia se deberían imbricar tanto en establecimientos como en negocios, nuevos modelos de gestión en base a los destinos turísticos inteligentes (DTI), los cuales se consideran que mejoran la experiencia del turista y la calidad de vida del territorio. Existen una serie de parámetros en base a determinados ejes como la innovación, tecnología, accesibilidad, sostenibilidad y gobernanza que se deberían cumplir y trabajar en ellos, con el objetivo de desarrollar un destino cada vez más sostenible, inclusivo, regenerativo y competitivo.

Pese a todo lo anterior, hay barreras que frenan las iniciativas y oportunidades encontradas a lo largo de las entrevistas. Pese a que hay iniciativas y esfuerzos individuales que cada miembro de la AXTRM puede desarrollar o implementar en su área de influencia, se detecta una notable falta de coordinación y sinergia entre los distintos actores del sector. No existe un enfoque común que permita transformar estos esfuerzos aislados en un modelo de sostenibilidad que refuerce la competitividad del destino en su conjunto. La ausencia de una estrategia integrada provoca que las acciones no generen un impacto significativo en la percepción y posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico diferenciado y alineado con las tendencias globales de la sostenibilidad.

Por otro lado, se hace preciso para que la Región de Murcia avance en sostenibilidad turística, es fundamental superar las debilidades mediante estrategias de cooperación y formación, aprovechar las oportunidades que brinda el mercado y la financiación disponible, y mitigar las amenazas con una visión estratégica clara. La clave estará en transformar las iniciativas individuales en una acción colectiva que refuerce la competitividad del destino.

Para superar, por un lado, esa desconexión y avanzar hacia un modelo más competitivo y sostenible y por otro, para que la Región de Murcia avance en materia de sostenibilidad turística, es necesario impulsar una estrategia estructurada basada en pilares como:

- 1.- *Creación de un marco de coordinación.* Se propone la puesta en marcha de una plataforma de colaboración público-privada donde empresas y asociaciones y las administraciones trabajen conjuntamente en una hoja de ruta común para la sostenibilidad turística del destino
- 2.- *Certificación y reconocimiento del esfuerzo conjunto.* Implementar un sistema de certificación regional que reconozca a aquellas empresas y servicios turísticos que contribuyen de manera efectiva a la sostenibilidad del destino. Esto permitirá generar valor de marca y diferenciación.
- 3.- *Programas de formación y sensibilización.* Es clave desarrollar programas de formación en sostenibilidad para empresarios, gestores y empleados del sector, fomentando una visión más estratégica y alineada con las políticas públicas.
- 4.- *Impulso de proyectos piloto de innovación sostenible.* Apoyar iniciativas de innovación que puedan actuar como referencia en materia de turismo sostenible, involucrando a las universidades y centros de investigación de la Región de Murcia.

5.- *Campañas de Comunicación y Promoción*. Es fundamental trasladar estos avances al mercado mediante campañas que posicionen la Región de Murcia como un destino sostenible, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

Es importante descubrir una necesidad imperiosa alrededor de ***“un modelo de responsabilidad compartida”***, diferenciando el ámbito de actuación de cada parte y su grado de control sobre las decisiones”. Por otro lado, ***“las administraciones deben facilitar el entorno y las condiciones para que esta transformación sea viable”***. Sin una estrategia conjunta, el impacto de las acciones individuales del sector será limitado, y sin la implicación del sector, las políticas públicas quedarán como meros documentos sin aplicación real.

Las conclusiones evidencian el compromiso del sector turístico de la Región de Murcia con la sostenibilidad, pero también la necesidad de avanzar hacia una mayor estructuración, visibilidad y alineación estratégica.

En este contexto, la AXTRM puede actuar como catalizador clave para impulsar este proceso transformador desde una perspectiva colaborativa.

ANEXO 1
RECOGIDA DE FICHAS
INFORMATIVAS “DIAGNÓSTICO DE
SOSTENIBILIDAD EN TURISMO” A
LOS MIEMBROS DE LA ALIANZA

1.- ALOJA



Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....</p> <p>Contacto: Teléfono e email.....</p>	<p>Aloja Region de Muria</p> <p>Gregorio morales Cánovas</p> <p>657347381 / Gregorio.morales@trian.es</p>
<p>Resumen</p> <p><i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción de la Región de Murcia: Posicionar la región como un destino turístico destacado a nivel nacional e internacional mediante campañas de marketing efectivas. 2. Mejora de interconexión turística: Facilitar el acceso a destinos dentro de la región y conectarla mejor a nivel nacional e internacional, optimizando el AVE y el aeropuerto de Corvera. 3. Regulación de alojamientos: Combatir la oferta ilegal y garantizar calidad y seguridad para los turistas. 4. Impulso al turismo cultural y local: Promover tradiciones, gastronomía y cultura autóctona para atraer visitantes. 5. Alianzas público-privadas: Fomentar colaboraciones estratégicas para acelerar el desarrollo del sector. 6. Desestacionalización del turismo: Crear ofertas atractivas durante todo el año para estabilizar el sector.
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p><i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otros: (Especificar)</i></p>	<p>Mejora de la marca-diversificación</p> <p>Difusión, comunicación</p> <p>Nuevos entornos e Internacionalización</p> <p>Otros: mejora de transportes</p>

2.- ASOCIACIÓN ORGANIZADORES DE CONGRESOS DE LA R. DE MURCIA

Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....</p> <p>Contacto: Teléfono e email.....</p>	<p>Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos de la Región de Murcia</p> <p>Ana Pardo - Secretaria</p> <p>639 651 928 / anaps@gestipolis.es</p>
<p>Resumen</p> <p><i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc.).</i></p>	<p>Los OPC podemos diseñar eventos sostenibles pero dependemos de muchos proveedores y servicios externos (sedes, transportes, alojamientos, catering, imprenta, rotulación...) y del propio entorno. Dependemos, por tanto, de la concienciación y de la problemática que tienen todos estos servicios para implementar políticas de sostenibilidad. Es fundamental la concienciación general y facilitar la implantación de medidas sostenibles en las empresas. La labor y la implicación de las administraciones públicas en el desarrollo de entornos sostenibles es imprescindible.</p> <p>Problemas derivados de la organización de congresos es principalmente el impacto ambiental por el consumo de recursos, emisiones de CO2 (transportes y energía) y la generación de residuos. Es necesario el uso de materiales reciclables y sostenibles, optimización del uso del agua y la electricidad, incentivar el transporte sostenible...</p> <p>Que los espacios en los que trabajamos sean accesibles para todos.</p> <p>El cumplimiento de la ley laboral es muy complejo por la temporalidad y condiciones del trabajo a desarrollar.</p>
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p><i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otras: (Especificar)</i></p>	<p>La formación y profesionalización del mercado laboral. Mejorar la formación y profesionalización de los recursos humanos en áreas como el turismo, la gestión de eventos y la sostenibilidad.</p> <p>El papel de la administración local y regional es fundamental. El desarrollo y diseño del plan estratégico turístico debe ser permanente en el tiempo, es decir, independiente de los cambios políticos. Crear un organismo independiente que trabaje por el desarrollo turístico de la ciudad, dotándolo de profesionales y de medios.</p> <p>Desarrollar una estrategia de comunicación digital y en medios tradicionales que resalte las características únicas de Cartagena como sede de congresos y eventos, además de mostrar su gran riqueza histórica, cultural y patrimonial.</p>
<p>Documentos que Acompañan:</p> <p><i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes [ej. Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i></p> <p>Especificar.</p>	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p><i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i></p>	<p>En cuanto al tema laboral no había convenio específico del sector. En diciembre de 2024 se ha publicado uno estatal impulsado y promovido por la Asociación de Agencias de Eventos.</p>
<p>Fecha de Última Actualización</p>	

3.- ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES DEL TURISMO DE LA R. DE MURCIA

Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <hr/> <hr/>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM: Maite Cerezo <u>Ramírez</u>, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PROFESIONALES DEL TURISMO.</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud: <u>Delegada</u> Territorial en Región de Murcia</p> <p>Contacto: Teléfono e email: <u>627780489</u> <u>Maitecereza@gmail.com</u></p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p>Resumen</p> <p><i>problemáticas, demandas e inquietudes en la actividad de los profesionales del turismo.</i></p> <p>1.- Sostenibilidad turística: Huella de carbono elevada, pérdida de identidad cultural. Falta de incentivos económicos para la adopción de medidas sostenibles y desconocimiento sobre estrategias efectivas de turismo responsable.</p> <p>2.- Economía y rentabilidad del sector: Dependencia del turismo estacional, competencia desleal y aumento de costos operativos. Inquietud económica por factores externos como crisis políticas e inflación.</p> <p>3.- Impacto social y laboral: Precariedad laboral en algunos subsectores como los guías turísticos. Falta de reconocimiento de la profesionalización como en recepcionistas hotel y dificultades en la conciliación laboral. Inquietudes como la desvalorización del sector como opción de empleo estable y fuga de talento joven hacia otras industrias en mejores condiciones (estudiantes de turismo)</p> <p>4.- Medioambiente y cambio climático: Contaminación generada por la actividad turística, impacto del cambio climático en destinos costeros y de montaña</p> <p>5.- Gobernanza y políticas: Falta de coordinación entre sectores público y privado, escasa inversión en infraestructuras como logística en los destinos, estaciones autobuses sin atención y escasa regularidad en líneas y lanzadores con estación tren y municipios. Burocracia excesiva en trámites para emprendimiento turístico.</p> <p>6.- reputación e imagen del destino: Problemas de falta de alojamientos en algunos destinos y falta de conexión de transportes.</p> <p>7.- Innovación y digitalización: Brecha digital en las pequeñas empresas turísticas, falta de adaptación a nuevas tecnologías, ciberseguridad en plataformas de reservas. Dependencia de plataformas tecnológicas y resistencia al cambio en ciertos segmentos.</p>	
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p>1.- Sostenibilidad turística: Implementación de prácticas de turismo regenerativo, normativas que regulen la capacidad de carga turística. Políticas de diversificación turística, incentivos fiscales para empresas turísticas sostenibles para mejorar la competitividad.</p>	

<p>2.- Economía y rentabilidad del sector: Políticas de diversificación turística, Estrategias de digitalización para mejorar la competitividad.</p> <p>3.- Impacto social y laboral: Mejorar condiciones laborales con formación continua para adaptación a nuevos modelos turísticos y promoción de la equidad de género en el sector.</p> <p>4.- Medioambiente y cambio climático: Regulación del turismo en áreas protegidas, implementación de energías renovables en la industria hotelera, estrategias de economía circular en la gestión de residuos.</p> <p>5.- Gobernanza y políticas: Mayor participación de los profesionales del turismo en la toma de decisiones de la administración, creación de planes estratégicos a largo plazo, descentralización de la formación turística.</p> <p>6.- reputación e imagen del destino: Campañas de <u>mkt</u> responsable, regulación de la promoción para evitar la degradación del destino. Promoción de experiencias turísticas de alto valor.</p> <p>7.- Innovación y digitalización: Formación en digitalización para profesionales del sector Implementación de <u>big</u> data en la gestión turística y acceso a financiación para la innovación</p>	
<p>Documentos que Acompañan:</p> <p><i>Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc</i></p> <p>Consejo Mundial de viajes y turismo WTTC. Sustainable Travel & Tourism https://wtcc.org/</p> <p>Unión europea Turismo. <u>European Tourism Agenda 2030</u>. Normativas sobre <u>sostenibilidad</u>, digitalización y gobernanza en el turismo. https://spain.representation.ec.europa.eu/noticias-eventos/noticias-0/valenciacapital-del-turismo-inteligente-2022-2021-10-29_es</p> <p>https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/jp_23_3942</p> <p>Normativas y políticas públicas. Estrategia de turismo sostenible 2030 https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx</p> <p><u>IRNews</u>, noticias sociales y de turismo https://irnews.es/2025/02/asiatico-y-empanada-en-fitur-2025-region-de-murcia.html</p>	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p>El Turismo en una industria en constante transformación que enfrenta desafíos complejos. La sostenibilidad, la <u>digitalización</u>, la mejora de condiciones laborales y la gobernanza efectiva son áreas prioritarias <u>que</u> requieren estrategias integradas y la colaboración entre actores públicos y privados. Es fundamental apostar por un modelo de turismo equilibrado, <u>resiliente</u> y consciente de nuestras raíces y nuestra manera de ser que es nuestro sello de identidad en la Región de Murcia.</p>	
<p>Fecha de Última Actualización</p> <p>(Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto)</p>	

4.- ASOCIACIÓN DE CICLOTURISMO

 	
Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i>	<i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i>
<i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i>	_____
<i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i>	SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD
Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....	_____ Asociación de Cicloturismo Región de Murcia _____
Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....	_____ José Perán, <u>Presidente</u> _____
Contacto: Teléfono e email.....	_____ 686 91 48 18 _____
Resumen <i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento del destino. - Falta de sensibilización de la administración en materia de medio ambiente, relacionado con los beneficios del cuidado de los recorridos en bicicleta como interconexión entre municipios, valor añadido dando a conocer el patrimonio natural y mejorando las infraestructuras de zonas rurales para la captación de un turismo sostenible.
De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar? <i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otros: (Especificar)</i>	<i>formación – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca.</i>
Documentos que Acompañan: <i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i> <i>Especificar.</i>	
Observaciones y Comentarios <i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i>	
Fecha de Última Actualización (Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto)	

Versión: Initial: 2025-01-13

5.- HOTELES DE MURCIA

    	
Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i>	<i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i>
<i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i>	_____
<i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i>	SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD
<i>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....</i>	_____
<i>Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....</i>	_____
<i>Contacto: Teléfono e email.....</i>	_____
Resumen <i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental), gobernanza, reputación e imagen turística, etc..).</i>	<p>Gobernanza, asociacionismo, representación e imagen. Profesionalización del sector, carencias. Exceso de burocracia (ayudas, etc), falta de confianza en administraciones públicas.</p> <p>Hacer las cosas diferente.</p> <p>Realmente que la sostenibilidad no sea un mantra que reoptimas sino que sea evidente. Aún hay muchas cosas que salen más caras si son sostenibles que de manera normal.</p> <p>Hay que darle una visión circular a la economía para que sea más sostenible.</p>
De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar? <i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otras: (Especificar)</i>	<p>Profesionalización</p> <p>Comunicación</p> <p>Mejora d la marca</p> <p>Diversificación</p>
Documentos que Acompañan: <i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i> <i>Especificar.</i>	Falta de cooperación y mejora en la relación institucional.
Observaciones y Comentarios <i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i>	
Fecha de Última Actualización (Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto)	

6.- FUNDACIÓN CAMINO DE LA CRUZ



Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM FUNDACIÓN CAMINO DE LA CRUZ DE CARAVAC</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud....</p> <p>Contacto: Teléfono e email _____.</p>	<p>Lourdes Aznar - Gerente de la Fundación Camino de la Cruz Email: gerencia@fundacioncamino.cruz.es Teléfono: 690091762</p>
<p>Resumen</p> <p><i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i></p>	<p>La actividad y objetivo de la Fundación Camino de la Cruz de Caravaca es la de difundir la imagen del Camino de la Cruz de Caravaca como destino de turismo religioso, cultural y patrimonial, así como su Año Jubilar. Ejercer todas las actividades económicas y sociales que favorezcan el posicionamiento del Camino de la Cruz de Caravaca, en sus ocho itinerarios actuales, como un destino para peregrinos y turistas en general.</p> <p>El Camino de la Cruz de Caravaca y su Año Jubilar, y Caravaca como destino propio se enmarca en la actual tendencia del turismo más que religioso, espiritual, principalmente, pero que se combina con el turismo cultural, de naturaleza y gastronómico.</p> <p>El turismo religioso ó espiritual es en este caso concreto, como parte también de la acción de la Fundación, supone un valioso instrumento para concienciar de la importancia de salvaguardar el propio patrimonio y el de la humanidad, y puede ayudar a conservar estos importantes enclaves turísticos.</p> <p>Importancia en el caso del Camino de la Cruz de Caravaca y de la ciudad como destino último de conservar el rico patrimonio religioso de que dispone y las tradiciones para de mantener la integridad y la autenticidad de estos sitios y en la importancia de que las comunidades locales, como es este caso concreto, se beneficien del desarrollo del turismo de una forma ordenada.</p> <p>PROBLEMÁTICAS:</p> <p>El hecho de que el Camino de la Cruz de Caravaca y la propia ciudad, como ciudad santa o jubilar, haya tenido una incorporación más lenta a los destinos consolidados, puede suponer una desventaja, pero en cambio lo que nos ha permitido ha sido en este Año Jubilar 2024 y de cara a los próximos años crear una estrategia de trabajo más enfocada a que sea un auténtico destino sostenible.</p> <p>En este año Jubilar se han dado grandes avances en la promoción turística y también en la de la mejora de infraestructuras y la planta alojativa, pero no es suficiente.</p> <p>El Camino de la Cruz de Caravaca y el destino necesita que en estos próximos años se intensifiquen esas áreas: Promoción, planta alojativa, mejora de servicios de hostelería e infraestructuras turísticas.</p> <p><u>En relación a la planta alojativa</u> se ha apostado por alojamientos pequeños, hoteles boutique, pero en este año Jubilar y de cara a los próximos, se ha demostrado que no es suficiente, que también es necesario alojamientos con mayor número de plazas, con el fin de que se puedan generar eventos y acciones en el mismo municipio son necesidad de que se tengan que alojar en Murcia capital u en otros municipios, y que más de 50 personas puedan estar alojadas en el mismo establecimiento.</p> <p>Buscar ese equilibrio sin necesidad de desvirtuar el destino y de crear una burbuja turística que no sea sostenible y rompa la armonía del enclave.</p> <p>Dinamizar el Camino de la Cruz de Caravaca.</p> <p>Con el fin de que el Camino, en sus distintos itinerarios, se mantenga como ese eje de llegada de peregrinos a Caravaca, por ahora no se ha conseguido la implicación real de todos los municipios implicados que forman parte <u>del mismo</u>, que realmente se sientan parte, como un motor también de su propio desarrollo turístico.</p>

<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación –</p> <p>Otros: (Especificar)</p>	<p>Difusión, <u>mejora del emprendimiento, mejora de la marca.</u></p> <p>Mejora de infraestructuras ya existentes y nuevas infraestructuras entorno al Camino de Levante</p> <p>Desarrollar el resto de <u>Caminos</u> de la Cruz de Caravaca (señalización, web, folleto, establecimientos adheridos, videos promocionales)</p> <p>Problemática institucional para conseguir que todas las instituciones vinculadas al Camino de Caravaca, especialmente ayuntamientos, que lo consideren una parte de su estrategia turística.</p> <p>Vincular el Camino de la Cruz de Caravaca a los establecimientos <u>adheridos</u>. Sólo el Camino de la Levante tiene establecimientos adheridos al camino, unos 200, pero se deberían incrementar y que tuviesen algún tipo de mayor compensación, con el fin de que puedan ser auténticos prescriptores del Camino.</p> <p>Dar a conocer la marca "Tierras de la Vera Cruz" que engloba a todos los municipios del Noroeste de la Región de Murcia (Mula, Bullas, Calasparra, Caravaca, Cehegín y Moratalla) para mostrarse como territorio cohesionado.</p>
<p>Documentos que Acompañan:</p> <p>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.)</p> <p>Especificar.</p>	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</p>	
<p>Fecha de Última Actualización</p> <p>(Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto)</p>	

7.- HOTEL JARDINES DE LORCA

 	
Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i>	<i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i>
<i>Nivel de Madurez de la idea o Proyecto que se solicita:</i>	_____
<i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i>	SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD
Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....	Hotel Jardines de Lorca
Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....	Joaquin Piernas- Gerente Emilio Pinedo Dtor Comercial
Contacto: Teléfono e email.....	968470599- comercial@hotelesdemurcia.com
Resumen <i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i>	<p><i>Actualmente no podemos decir que tengamos problemáticas, sí tenemos inquietudes basadas en la sostenibilidad y la salud ambiental-social y en cómo reflejar la evolución que vayamos teniendo como empresa en nuestra imagen de marca.</i></p> <p><i>Nos genera alguna duda, basada en la experiencia, la inversión necesaria para según qué posicionamientos medioambientales en la infraestructura de las empresas, en muchos casos inversiones no posibles de acometer por diferentes aspectos.</i></p> <p><i>Estamos convencidos que no se trata de una "revolución" sino de una "evolución" a nivel individual y por ende, sectorial.</i></p> <p><i>Estamos convencidos que en este tipo de estrategias es fundamental la sinergia del sector y de los diferentes destinos de cara a generar un valor añadido grupal y como comentado en la reunión, aprovechar el momento oportuno para enfocar los esfuerzos en una optimización del visitante a la región y no tanto en volumen.</i></p> <p><i>El objetivo, viendo como se ha desarrollado el sector en otros destinos, debería ser optimizar el cliente y que genere mayor gasto en la región y no tanto querer crecer en visitantes de manera exponencial. Esa sería la gran apuesta medioambiental, económica y social del turismo de la región.</i></p>
De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar? <i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otras: (Especificar)</i>	<p><i>Encontramos fundamental la formación, la captación y retención de talento en el <u>sector</u> así como la colaboración <u>publico-privada</u> para generar ese proceso.</i></p> <p><i>La mejora de la marca de la región es importante y creemos que debe partir de una puesta en valor del destino y el producto que debe empezar por nosotros mismos.</i></p> <p><i>Es una asignatura pendiente si nos basamos en los precios medios de los principales destinos turísticos de la región comparados con su Compset</i></p>

<p>Documentos que Acompañan:</p> <p><i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i></p> <p>Especificar.</p>	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p><i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i></p>	
<p>Fecha de Última Actualización</p> <p><i>(Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto)</i></p>	

8.- FEDERACIÓN EMPRESAS DE TRANSPORTE (FROET). AGENCIAS DE VIAJES

Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....</p> <p>Contacto: Teléfono e email.....</p>	<p>_____WALA</p> <p>_____ FRANCISCO BELUAR LEYVA</p> <p>_____ 667496518</p>
<p>Resumen</p> <p><i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i></p>	<p>En primer lugar, os puse un ejemplo muy útil que nos sirve para ver que no estamos en la situación que nos plantean los diferentes formularios que realizamos en nuestro caso para el SICTEC y para EUROPARK.</p> <p>Como os informe hemos recibido una subvención que viene de los fondos Next Generation, para hacer 120.000 folletos de escapadas y distribuirlos a 5500 agencias de viajes. Y si no lo hacíamos así, perdiámos la subvención.</p> <p>Punto 1.- Si desde Europa no hacen los deberes en tener en cuenta la sostenibilidad ambiental e imagen, pues difícilmente podemos cumplir lo que se nos pide.</p> <p>Punto 2.- Porque no se puede ofrecer una alternativa a este ejemplo, haciendo un folleto digital, con un desarrollo informático para que las agencias puedan personalizar toda la oferta del folleto y enviar a sus clientes por redes sociales, email, wasap, etc, sin utilizar papel, sin contaminar con el reparto. ERA TAN SENCILLO COMO ESCUCHARNOS.</p> <p>Por otro lado, tenemos una carencia de profesionales cualificados en casi todos los ámbitos de turismo, por ejemplo, los gados de turismo, de hay no sale ninguna persona formada.</p>
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p><i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otros: (Especificar)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es necesaria mucha formación para todos los trabajadores y aún hay muchos servicios turísticos que carecen de ello. - Es necesario desarrollar jordanas para que todos los actores que desarrollan actividades las den a conocer a todo el sector empresarial. - Realizando estos dos primeros puntos mejoraremos la marca y la diversificación.
<p>Documentos que Acompañan:</p> <p><i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. Informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i></p> <p>Especificar.</p>	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p><i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i></p>	<p>Todo lo referido anteriormente.</p>

9.- FEDERACIÓN REGIONAL DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DE TRANSPORTE DE MURCIA (FROET). VIAJEROS.

  	
Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM.....</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud.....</p> <p>Contacto: Teléfono e email.....</p>	<p>FEDERACIÓN REGIONAL DE EMPRESAS DE TRANSPORTE (FROET)</p> <p>Antonio Torres Borrego. Jefe del departamento de viajeros</p> <p>630 970 242 – antonio.torres@froet.es</p>
<p>Resumen</p> <p><i>Dinos brevemente cuáles son las problemáticas, demandas e inquietudes más relevantes de tu actividad que pretendes mejorar. Puedes hacer tantas fichas como consideres necesarias. Por favor, enfocar a las diferentes áreas o ejes de la sostenibilidad turística (económica, social, ambiental, gobernanza, reputación e imagen turística, etc...).</i></p>	<p>Aportación del autobús a la sostenibilidad ambiental. Por su carácter de transporte colectivo, es muy importante contar su aportación a todo lo que se refiere al respeto por el medio ambiente.</p> <p>Es un sector en permanente adaptación a las mejoras tecnológicas que van apareciendo. No obstante, el posible cambio de las motorizaciones diesel a cualquier otro tipo de motores (eléctricos, hidrógeno, etc.), no avanza tan rápido como pudiera parecer en el mercado de los vehículos pequeños.</p> <p>Hay que hacerlo más visible, ya que el autobús es imprescindible como apoyo al turismo, sobre todo en la media y corta distancia.</p>
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <p><i>- formación – mercado laboral – profesionalización – difusión, comunicación – mejora del emprendimiento – colaboraciones por actividades – problemática institucional – nuevos entornos e internacionalización – Mejora de la marca- diversificación - Otras: (Especificar)</i></p>	<p>Mercado laboral: hay una enorme carencia de conductores profesionales. La edad para sacar el permiso de conducir es de 24 años y ya es tarde. <u>Además</u> el trabajo no es muy atractivo para las nuevas generaciones, sobre todo el turístico, que siempre se desarrolla en los días en que todo el mundo está de descanso.</p>
<p>Documentos que Acompañan:</p> <p><i>Apórtanos aquellos documentos que condicionan y forman parte de tu problemática, demanda e inquietudes (ej. informes, normativas, investigaciones, leyes, etc.</i></p> <p>Especificar.</p>	<p>Reglamento general de circulación.</p>
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p><i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i></p>	<p>Creo que nuestro turismo hay que publicitarlo más fuera de la Comunidad. Veo muchas campañas publicitarias del turismo dentro de la Región, pero creo que hay que darnos a conocer en el resto de España y de Europa.</p>
<p>Fecha de Última Actualización</p> <p>Fecha de la última revisión o avance importante registrado en el proyecto</p>	<p>10 de febrero de 2025.</p>

10.- FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GOLF



Diagnóstico de Sostenibilidad en Turismo	Descripción solicitud información Alianza por el Turismo de la R. de Murcia 2025 - AXTRM
<p><i>Número de Seguimiento (Número único para el caso de estudio).</i></p> <p><i>Nivel de Madurez de la Idea o Proyecto que se solicita:</i></p>	<p><i>A cumplimentar por la Alianza después de la reunión</i></p> <hr/> <hr/>
<p><i>Título del Proyecto para cumplimentar por la Alianza</i></p>	<p>SOSTENIBILIDAD COMO OPORTUNIDAD PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD</p>
<p>Nombre de la Asociación / Entidad / Persona que pertenece a la AXTRM – ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DEL GOLF DE LA REGION DE MURCIA (AEGOLF RM)</p> <p>Nombre y cargo del representante de esta solicitud – Enrique Herrero Gil, <u>Presidente</u> de la Asociación</p> <p>Contacto: Teléfono e email 672326021 eherrero@gnkgolf.com</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p>Resumen</p> <p><i>El golf de la Región cuenta con retos propios del sector junto con otros particulares de nuestra comunidad autónoma. Tenemos que mejorar nuestra comunicación para quitar el estigma de "deporte para ricos" que está muy alejado de la realidad actual, ya tiene un coste similar a muchos deportes que no cuentan con esa etiqueta. Por otra <u>parte</u> contamos con una legislación de uso de fitosanitarios más estricta que la agricultura, algo que es incomprensible. En lo referente al sector regional tenemos como principal problema el acceso al agua, en volumen insuficiente para el mantenimiento adecuado y al coste más alto que cualquier sector. El sector cuenta también con una estacionalidad muy marcada en otoño y primavera, algo que complementa muy bien al sector hotelero pero que condiciona la rentabilidad del sector y que estamos luchando por completar en las temporadas de menor demanda.</i></p>	
<p>De los siguientes temas, ¿en cuáles encuentras especial interés en tu área de influencia y te gustaría desarrollar?</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>mercado laboral – profesionalización</i> - <i>difusión, comunicación</i> - <i>problemática institucional</i> 	
<p>Documentos que Acompañan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Estudio del Turismo de Golf en la Región de Murcia (Cátedra de Innovación Turística UM)</i> - <i>Informe del Impacto Económico del Golf en España (Instituto de Empresa)</i> 	
<p>Observaciones y Comentarios</p> <p><i>(Espacio para registrar detalles adicionales que se consideren de interés)</i></p>	
<p>6 de marzo de 2025</p>	

ANEXO 2
**CUESTIONARIO BASE PARA EL
ESTUDIO EMPÍRICO, EFECTUADO A
LOS MIEMBROS DE LA ALIANZA**

ESTUDIO SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD Y SU IMPACTO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

*A. Valore en qué medida su empresa utiliza medidas de **gestión medioambiental**:*

	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
1. Optimiza utilizando métodos más limpios o tecnologías verdes para ahorrar.		<input type="checkbox"/>					
2. Participa en el rediseño y mejora de productos o servicios para cumplir normativa y requisitos medioambientales.		<input type="checkbox"/>					
3. Se especializa en prácticas circulares para la reutilización de productos.		<input type="checkbox"/>					
4. Cuenta con un presupuesto para programas de gestión medioambiental.		<input type="checkbox"/>					
5. Invierte recursos financieros para implantar sistemas de gestión (ej. ISO 14000).		<input type="checkbox"/>					
6. Dispone de suficiente inversión financiera en infraestructura tecnológica para gestión ambiental.		<input type="checkbox"/>					

*B. Valore en qué medida en su está orientada al **aprendizaje medioambiental**:*

	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
7. La capacidad de aprendizaje es importante para su empresa		<input type="checkbox"/>					
8. Los empleados están dispuestos a aceptar nuevos conocimientos sobre medio ambiente.		<input type="checkbox"/>					
9. La estructura organizativa permite la creación de conocimiento medioambiental.		<input type="checkbox"/>					
10. Los directivos animan a los empleados a compartir conocimientos ambientales.		<input type="checkbox"/>					

*C. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto al **conocimiento de su empresa sobre RSC**:*

	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
11. Poseemos conocimientos de RSC proceden de diversos campos de las administraciones locales		<input type="checkbox"/>					
12. Las administraciones públicas intentan incrementar las inversiones en RSC		<input type="checkbox"/>					
13. Las administraciones públicas fomentan la presencia de procedimientos en RSC		<input type="checkbox"/>					
14. Estamos familiarizados con medidas de innovación responsable		<input type="checkbox"/>					
15. Poseemos experiencia en acciones y medidas de RSC		<input type="checkbox"/>					
16. Somos ampliamente conocidos por nuestras acciones y medidas de RSC		<input type="checkbox"/>					
17. Tenemos un gran conocimiento sobre la tecnología necesaria para desarrollar acciones de RSC		<input type="checkbox"/>					

18. Tenemos una visión global de lo que debería ser una estrategia en RSC

<i>D. Valore las medidas de innovación responsable en su empresa:</i>	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
19. Plantemos nuevos negocios con bajo consumo de energía	<input type="checkbox"/>						
20. Reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero	<input type="checkbox"/>						
21. Desarrollamos de productos ecológicos/sostenibles	<input type="checkbox"/>						
22. Reducimos de la contaminación acústica	<input type="checkbox"/>						
23. Supervisamos a nuestros proveedores/subcontratistas en cuestiones medioambientales	<input type="checkbox"/>						
24. Aumentamos del consumo de energías renovables.	<input type="checkbox"/>						
25. Contratamos a proveedores con una clara conciencia medioambiental	<input type="checkbox"/>						
26. Consideramos que las cuestiones medioambientales y sociales afectan a las decisiones de compra de mis clientes	<input type="checkbox"/>						
27. La comunidad local es consciente del impacto social y medioambiental de nuestra actividad empresarial	<input type="checkbox"/>						
28. La mayoría de nuestros competidores han adoptado prácticas sociales y ambientales	<input type="checkbox"/>						
29. La empresa debería velar por aplicar medidas de sostenibilidad	<input type="checkbox"/>						

<i>E. Valore las medidas de desempeño social, medio ambiental y económico:</i>	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
30. Promovemos el bienestar de los empleados	<input type="checkbox"/>						
31. Promovemos el desarrollo de la comunidad (ej, localidad)	<input type="checkbox"/>						
32. Establecemos una cooperación a largo plazo con socios comerciales	<input type="checkbox"/>						
33. Nuestros productos/servicios aportan beneficios económicos a la comunidad	<input type="checkbox"/>						
34. Las empresas colaboradoras obtienen un beneficio razonable.	<input type="checkbox"/>						
35. Reducimos el impacto ambiental de nuestros productos y servicios	<input type="checkbox"/>						
36. Reducimos los residuos y las emisiones de los procesos productivos	<input type="checkbox"/>						
37. Reducimos el riesgo de accidentes ambientales	<input type="checkbox"/>						
38. Reducimos las compras de materiales no renovables o contaminantes.	<input type="checkbox"/>						
39. Llevamos a cabo acuerdos de cooperación para reducir el impacto ambiental	<input type="checkbox"/>						
40. Nuestra rentabilidad es alta en los últimos años.	<input type="checkbox"/>						
41. Logramos nuestros objetivos financieros.	<input type="checkbox"/>						
42. Tenemos un alto nivel de satisfacción del cliente	<input type="checkbox"/>						

43. Creamos valor para nuestros clientes
44. Hemos ampliado nuestro negocio

F. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre **empoderamiento**:

	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
45. Colaboramos con gobiernos o instituciones para impulsar políticas que favorezcan el emprendimiento femenino	<input type="checkbox"/>						
46. Nuestra empresa promueve activamente la igualdad de género	<input type="checkbox"/>						
47. Desarrollamos campañas para sensibilizar sobre los estereotipos de género	<input type="checkbox"/>						
48. La empresa ofrece formas de apoyar a las familias y la conciliación laboral	<input type="checkbox"/>						
49. La empresa hace sentir a sus empleados que pueden mejorar su nivel de vida	<input type="checkbox"/>						
50. La empresa hace sentir a sus empleados más conectados con su comunidad o entorno próximo	<input type="checkbox"/>						
51. La empresa fomenta el espíritu de comunidad para involucrar a los empleados con su entorno	<input type="checkbox"/>						
52. Apoyamos iniciativas legislativas que promuevan la equidad de género	<input type="checkbox"/>						

G. ¿En qué medida los siguientes objetivos forman parte de la **estrategia digital** de su organización?

	Muy en desacuerdo	1	2	3	4	5	Muy de acuerdo
53. Transformar los procesos y modelos de negocio (ej. hacer crecer nuevas líneas de negocio).	<input type="checkbox"/>						
54. Mejorar la experiencia y el compromiso del cliente	<input type="checkbox"/>						
55. Mejorar la innovación de toda índole	<input type="checkbox"/>						
56. Mejorar la toma de decisiones empresariales	<input type="checkbox"/>						
57. Aumentar la eficiencia (ej. automatización de procesos)	<input type="checkbox"/>						

H. Indique la frecuencia con la que su empresa utiliza las siguientes **herramientas para la difusión** de sus actividades de RSC:

	Nunca	Poco frecuente	1	2	3	4	5	Muy frecuente
58. Página web	<input type="checkbox"/>							
59. Redes Sociales (ej. Instagram, Facebook, etc.)	<input type="checkbox"/>							
60. Blogs	<input type="checkbox"/>							
61. Publicidad en medios de comunicación digitales	<input type="checkbox"/>							
62. Apps para la comunicación y atención al cliente (ej. App propia, aplicaciones CRM, Whatsapp, etc.)	<input type="checkbox"/>							

I. Datos de identificación:

63. Puesto desempeñado

64. Sexo: Hombre Mujer

65. Municipio:

66. Sector al que pertenece:

67. Año de creación:

68. Número de empleados en 2024:

69. De total de empleados de 2024 ¿Cuál es el porcentaje de empleados mujeres?

70. ¿Cuál es el porcentaje de directivos de la empresa que son mujeres?

71. Su empresa, ¿es una empresa familiar? (es decir uno o varios miembros de la misma familia son propietarios y gestores de la empresa): SÍ NO

72. ¿Qué porcentaje del total de sus ventas proviene de mercados internacionales?

73. ¿Realiza auditorías externas relacionadas con sostenibilidad (ej. ISO 14000 o ESG/ASG)? Sí No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3
DIFUSIÓN DEL ESTUDIO
“REVISTA HOSTELTUR”
27 de Marzo 2025

Innovación y responsabilidad

Una red de cooperación para un turismo sostenible en la Región de Murcia

La Alianza por el Turismo de la Región de Murcia y la Universidad Politécnica de Cartagena se unen para evaluar el impacto de la sostenibilidad en el turismo

Publicada 27/03/25

Publinterior
Contenido comercial

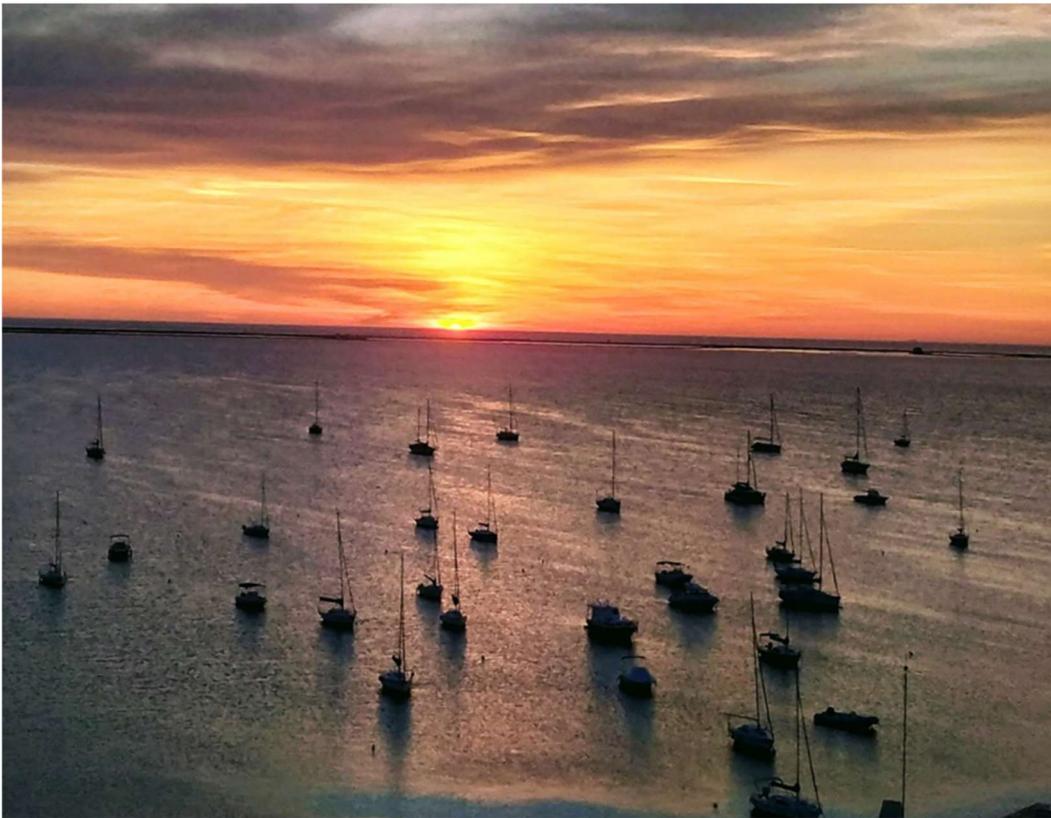
En un contexto global donde la sostenibilidad se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo empresarial, el [sector turístico](#) no es la excepción. Conscientes de su impacto en el entorno, tanto social como ambiental, la Alianza por el Turismo de la [Región de Murcia](#) (asociación que reúne a la totalidad del sector turístico de la Región de Murcia), y la **Universidad Politécnica de Cartagena** (UPCT), han unido esfuerzos en una alianza estratégica para evaluar el impacto de la sostenibilidad en la responsabilidad social corporativa ([RSC](#)) del sector.

Uno de los objetivos de la **Alianza por el Turismo de la Región de Murcia (AXTRM)** es crear un ecosistema de cooperación para el fomento de la competitividad, calidad, innovación, [sostenibilidad](#) y gobernanza turística en la Región de Murcia, además de generar conocimiento aplicado que permita transformar la industria hacia modelos de negocio más responsables y sostenibles. Constituida en octubre de 2024, la alianza nació de la mano de cerca de 40 organizaciones colaboradoras con el propósito de promover y fortalecer la actividad turística en la región.

Asimismo, busca unificar la voz del sector turístico, actuando como un apoyo activo para las [Administraciones públicas](#) en la formulación de **políticas turísticas** tanto a nivel local como regional que impulsen el **desarrollo turístico** de la región en lo que se refiere a la sostenibilidad, la diversificación de la oferta y la mejora de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales.

Además, la alianza pretende fomentar la **co-gobernanza turística**, participando activamente en el nacimiento de órganos de colaboración público-privada que mejoren la eficiencia de políticas turísticas o el desarrollo de destinos en la Región de Murcia y representando una voz común y consensuada del sector. Esto incluye la búsqueda de soluciones y oportunidades para los agentes turísticos, con el fin de mejorar su [competitividad](#) y adaptabilidad a las demandas del mercado.

Al consolidar esfuerzos y recursos, la alianza también espera potenciar la proyección de la región como un destino turístico atractivo y competitivo, generando sinergias que beneficien tanto al tejido empresarial como al visitante y a la comunidad local.



Esta iniciativa también subraya la importancia de la colaboración entre el sector público y privado para abordar los desafíos actuales del turismo, especialmente en un entorno global competitivo y en constante cambio. Esta unión de esfuerzos no solo fortalecerá la posición de la región en el mercado turístico, sino que también promoverá un desarrollo sostenible y equilibrado que beneficiará a todos los actores involucrados.

La alianza está llamada a crear un **ecosistema de innovación y cooperación** en la búsqueda de la competitividad del sector y de nuevas oportunidades de negocio, apoyándose en la sostenibilidad y en la innovación como eje estratégico de desarrollo y diferenciación.

El proyecto se estructura en torno a diversas dimensiones de la **sostenibilidad: ambiental, social y económica**. La investigación en sostenibilidad turística, a partir de los retos de la II Estrategia de RSC en la Región de Murcia, pretende dejar una gran impronta para la mejora de la gestión e innovación turística responsable en coherencia con la responsabilidad de todos los agentes implicados. Igualmente, analizará en profundidad las estrategias de sostenibilidad y su impacto en la RSC.

Desde la UPCT destacan su relevancia al representar "un paso crucial en la transformación del turismo hacia un modelo más consciente y sostenible, fortaleciendo su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa, adaptándolo a las necesidades del sector y de la AXTRM".

El turismo del futuro de la mano de la Universidad

La investigación universitaria desempeña un papel crucial para la innovación y el desarrollo turístico de un destino, por lo que surge un marco de cooperación entre la AXTRM y la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT). En ese sentido, el proyecto de I+D titulado 'Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para estrategias de sostenibilidad de las oportunidades de negocio en la Región de Murcia', financiado por la Consejería de Empresa, Empleo y Economía Social, pone foco en los objetivos de la AXTRM y de la propia Universidad.

La sinergia entre el sector empresarial y la Universidad es un elemento clave en este estudio. Mientras que las empresas aportan su experiencia práctica y desafíos reales, la universidad contribuye con metodología de investigación y análisis crítico. Este enfoque colaborativo no solo facilita la generación de conocimiento aplicable, sino que también fomenta la transferencia de tecnología e innovación del sector.

El estudio ha partido de un **autodiagnóstico** en las entidades de la AXTRM, por lo que se están recogiendo datos a través de encuestas y entrevistas con actores clave, que permitirán obtener una visión del panorama actual y de las oportunidades de mejora. También se está consiguiendo indagar en la realidad de la **Región de Murcia** en materia de crecimiento del empleo, innovación turística y otras dimensiones propias de la sostenibilidad del negocio turístico, como la necesaria gobernanza y colaboración público privada con agentes territoriales (ayuntamientos, asociaciones, grupos de acción local, etc.).



Las organizaciones entrevistadas han de enfocar su funcionamiento y gestión empresarial hacia la sostenibilidad económica, social y medioambiental. La mayoría considera que se está en un momento de conseguir posicionar a la región con garantías de éxito, pero hay que trabajar y apostar en un camino de integración e inclusión de las distintas medidas de innovación responsable, no solo de los actores turísticos a nivel individual sino también de los destinos. Existen una serie de parámetros en base a determinados ejes como la innovación, tecnología, accesibilidad, sostenibilidad y gobernanza que se deberían cumplir y trabajar en ellos, con el objetivo de desarrollar un destino cada vez más sostenible, inclusivo, regenerativo y competitivo que beneficie al sector en su conjunto.

En un mundo donde los viajeros son cada vez más conscientes de su huella ecológica y social, **el turismo del futuro será, sin duda, aquel que logre equilibrar el desarrollo económico con la protección del entorno y el bienestar de las comunidades.** Y esta alianza es una prueba de que ese futuro ya está en marcha.

Se espera que los resultados puedan servir como hoja de ruta para que más empresas adopten prácticas sostenibles, fortaleciendo su compromiso con la RSC y generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Para más información:

M^a Carmen Ayala Lova (alianzaturismoregiondemurcia@gmail.com)

Directora Hotel AC Cartagena Puerto

Presidenta de la Alianza por el Turismo de la Región de Murcia

Vicepresidenta Círculo de Economía de la Región de Murcia

Antonio Juan Briones Peñalver (e-mail: aj.briones@upct.es)

Profesor Titular de Universidad

Director de la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa y Economía Circular

Director de Grupo de Investigación. Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)

ANEXO 4
**MIEMBROS COLABORADORES DE
ESTE ESTUDIO**



Estudio financiado por la Consejería de Empresa, Empleo y Economía Social: «RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) PARA ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA» del proyecto nominativo 48090, subproyecto 048090249939, Dirección General de Autónomos y Economía Social, CARM.

M^{ra} CARMEN AYALA LOVA. Presidenta de la Alianza por el Turismo de la Región de Murcia. Vicepresidenta Círculo de Economía de la Región de Murcia.

ANTONIO JUAN BRIONES PEÑALVER. Profesor Titular de la Universidad Politécnica de Cartagena. Director de la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa y Economía Circular. Investigador responsable de grupo de investigación en la UPCT.

OLGA RODRÍGUEZ ARNALDO. Profesora de la Universidad Politécnica de Cartagena. Investigadora de la Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa y Economía Circular.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Briones-Peñalver, A. J. (2025). Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para Estrategias de Sostenibilidad de las Oportunidades de Negocio. Editorial Aranzadi.

Bueno, E.; Morcillo, P., y Salmador, M.P. (2005): Dirección Estratégica. Nuevas perspectivas teóricas, Ediciones Pirámide, Grupo Anaya, Madrid.

Czarnitzki, D.; Licht, G. Additionality of public R&D grants in a transition economy: the case of eastern Germany. *Economics of Transition*. 2006, 14, 101-131. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0351.2006.00236.x>.

Ghosh, S. (2017), "Regulación e intención emprendedora: evidencia entre países", *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, vol. 6 N° 2, págs. 193-205. <https://doi-org.ezproxy.itcr.ac.cr/10.1108/JEPP-02-2017-0004>

Hemmert, M.; Bstieler, L.; Okamuro, H. Bridging the cultural divide: trust formation in university-industry research collaborations in the US, Japan, and South Korea. *Technovation*. 2014, 34, 605-616. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.04.006>.

Karatas-Ozkan M, Tunalioglu R, Ibrahim S, Ozeren E, Grinevich V, Kimaro J (2024) Actioning sustainability through tourism entrepreneurship: women entrepreneurs as change agents navigating through the field of stakeholders. *Cent Eur Manag J* 32(1):31–56. <https://doi.org/10.1108/CEMJ-12-2021-0159>

Li, X.D.; Zhang, X.Y. Research on the influence of government boundary and government—Enterprise distance on enterprise innovation. *Stud. Sci.* 2019, 37, 909–918+939. <https://doi.org/10.16192/j.cnki.1003-2053.2019.05.017>.

Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53-66. <https://doi.org/10.26784/sbir.v4i2.279>

Teruel-Sanchez, R., Briones-Peñalver, A. J., Bernal-Conesa, J. A., & de Nieves-Nieto, C. (2025). Values of the entrepreneur as a driver of sustainable tourism entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-29.

Wang, G.H.; Jia, N.; Xing, R. Study on the coupling of innovation incubation network and collaborative innovation network of clusters. *Science of Science and Management of S. & T.* 2013, 34, 73-82.