

Programa del Mercado Único (SMP)

SMP-2023-TOURSME

Transición hacia un ecosistema más sostenible y resiliente –
empoderando a las pymes turísticas



Entregable 2.1

Compendio sobre Mejores Prácticas y Lecciones Aprendidas

www.inspires-tourism.eu



Co-funded by
the European Union

Este proyecto ha recibido financiación del Programa de Mercado Único de
la Unión Europea bajo el acuerdo de subvención nº 101181590

0



Nombre del proyecto:

Iniciativas para prácticas innovadoras sostenibles, resiliencia y empoderamiento en pymes turísticas

Acrónimo del Proyecto: INSPIRES

Número de propuesta del proyecto: 101181590

Duración del proyecto y fecha de inicio:

Duración del proyecto: 36 meses

Fecha de inicio del proyecto: 1 de noviembre de 2024

Fecha de finalización del proyecto: 31 de octubre de 2027

Socio/coordinador principal:

ERLEBNIS BREMERHAVEN GMBH (EBG) (Alemania)

Socios:

PROVINCIA DE AMBERES (BE)

CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA VRATSA SDRUZHENIE (BG)

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIAL SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE SEVILLA (ES)

REGIÓN PODKARPACIE (PL)

UNIVERSIDAD DE LAPONIA (FI)

RED EUROPEA DE TURISMO CULTURAL (BE)

Contacto:

Franziska Stenzel, Helmut Berends, Claudia Harms Correo electrónico: INSPIRES@erlebnis-bremerhaven.de Página web: inspires-tourism.eu

Hoja de control de documentos

Paquete de trabajo	Mejores prácticas y difusión
Entregable	Compendio D2.1 sobre Mejores Prácticas y Lecciones Aprendidas
Nivel de difusión	Público
Tipo de entregable	Informe
Autor principal	Cámara Oficial de Comercio de Sevilla (CCSEV)
Fecha de entrega	M13
Fecha de presentación	14 de enero de 2026

Historial de revisiones de documentos

Versión	Fecha	Editor/Reseñador	Nota
V1.0	02/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Versión para revisión interna
V2.0	19/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Versión revisada basada en los comentarios del partenariado
V3.0	29/12/2025	Helmut Berends (EBG (LP))	Comprobación final y ajuste de presentación
V4.0	14/01/2026	Anne Furphy (CCSEV)	Versión revisada basada en los comentarios de EIASMEA

Lista de abreviaturas

Comisión Europea	EC
Consejo Europeo de Innovación y Agencia Ejecutiva de PyMEs	EISMEA
Acuerdo de subvención	GA
Acuerdo del partenariado	PA
Descripción de la acción	DoA
Coordinador de Proyecto	COO
Comité de Seguimiento	SG
Equipo Principal de Socios	LPT
Paquete de trabajo	WP

Aviso legal

Financiado por la Unión Europea. Sin embargo, las opiniones expresadas son únicamente de los autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea o EISMEA. Ni la Unión Europea ni la autoridad pueden ser responsables de ellos. Los socios del proyecto INSPIRES no se hacen responsables de ningún uso realizado de la información aquí mencionada.

Socios del proyecto



Índice

1 INTRODUCCIÓN.....	1
2 METODOLOGÍA	3
3 RESUMEN DE LAS MEJORES PRÁCTICAS RECOPIADAS.....	7
4 HALLAZGOS CLAVE Y LECCIONES APRENDIDAS	16
ANEXO 1.....	17

Tabla de Figuras

Figura 1: Rango de inversión	7
Figura 2: Necesidades de apoyo específicas abordadas.....	7
Figura 3: Estado de la iniciativa	9
Figura 4: Temas relacionados con las mejores prácticas	9
Figura 5: Fortalezas clave de las prácticas	12
Figura 6: Transferibilidad de las prácticas	13

1 INTRODUCCIÓN

El sector turístico está experimentando transformaciones significativas impulsadas por las prioridades de sostenibilidad, digitalización y resiliencia. Las Pequeñas y Medianas Empresas (en adelante pymes) y las Organizaciones de Gestión de Destinos (en adelante DMO) desempeñan un papel crucial en esta transición, actuando como catalizadores de innovación y desarrollo local. En el marco de INSPIRES, identificar Mejores Prácticas en estas áreas es una fuente futura de inspiración para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas para fomentar la innovación, aumentar la competitividad y garantizar soluciones de viabilidad a largo plazo.

Dentro del marco del Paquete de Trabajo (en adelante WP) 2, el objetivo es establecer una base y un conjunto de Mejores Prácticas concretas, relevantes, replicables y relacionadas para las próximas actividades (WP3, 4 y 5) del proyecto.

Las mejores prácticas analizadas por pequeñas y medianas empresas y Organizaciones de Gestión de Destino pueden enriquecer y servir como ejemplos en los diferentes módulos de formación para formadores desarrollados en WP3. Varias de las Mejores Prácticas recogidas contribuyen a enfoques turísticos inteligentes, especialmente mediante el uso de tecnologías digitales emergentes y soluciones que mejoran la gestión de los destinos y la experiencia de los visitantes. Estas Mejores Prácticas serán especialmente relevantes para las actividades de formación de formadores.

En total, se recogieron 47 Mejores Prácticas a través del cuestionario, de las cuales 44 se consideraron válidas y se incluyeron en el análisis. El proceso de recopilación no incluyó entrevistas individuales, sino que se basó en un cuestionario online estructurado que permitía a los encuestados proporcionar información cualitativa y cuantitativa detallada sobre sus iniciativas.

Las prácticas recopiladas abarcan una gama equilibrada de áreas temáticas relevantes para el sector turístico, incluyendo sostenibilidad y economía circular, gestión de riesgos y resiliencia, turismo sostenible y regenerativo, diversidad e inclusión, tecnologías emergentes y digitalización, así como accesibilidad. Varias prácticas abordan más de un área temática, lo que indica innovación transversal en turismo.

Los casos presentados en el compendio también pueden inspirar el desarrollo de talleres y programas de coaching personalizados sobre sostenibilidad, gestión de riesgos y diversidad e inclusión programados en el WP4.

Los ejemplos incluidos en el compendio también pueden ser útiles para las pymes que solicitan la convocatoria de propuestas lanzada en el WP5, mostrando experiencias exitosas, qué ha sido efectivo y qué menos exitoso y qué desafíos han enfrentado las pymes.

Identificar Buenas Prácticas nos ayuda a comprender mejor el contexto real de las empresas del sector turístico, cómo abordan la transición verde y digital, y qué aspectos clave, desafíos y oportunidades identifican para sus modelos de negocio, prestando especial atención a alinearse con el Itinerario de Transición Turística de la Comisión Europea, específicamente con los siguientes temas:

- Tema 8: Transición verde de las empresas turísticas y pymes
- Tema 16: apoyo a la digitalización del turismo, pymes y destinos
- Tema 19: Concienciación sobre las necesidades de habilidades para la transición doble en el turismo
- Tema 20: Concienciación sobre los cambios en la demanda turística y las oportunidades de la transición doble para el turismo
- Tema 25: Mejora de los servicios de turismo accesible
- Tema 26: Servicios turísticos tanto para visitantes como para residentes

Estos temas se reflejan en las Mejores Prácticas identificadas y analizadas en este documento.

Además de los temas reflejados en las Mejores Prácticas identificadas y analizadas en este documento, el marco general consta de tres pilares principales:

- Transición Verde: Adopción de prácticas ambientalmente sostenibles
- Transición Digital: Integración de herramientas y tecnologías digitales
- Resiliencia: Resiliencia y Adaptación a los Desafíos Externos

La recopilación y el análisis de información se realizan mediante una interacción continua entre los socios para garantizar la homogeneidad y comparabilidad de la información recogida y, por otro lado, asegurar el aumento del conocimiento sobre las Mejores Prácticas específicas para la transición verde y digital y la resiliencia en el turismo.

Este documento pretende presentar los principales resultados del compendio de Mejores Prácticas recopilado, mostrando cómo las empresas y las Organizaciones de Gestión de Destinos combinan los pilares principales de la transición gemela con la construcción de comunidad, el desarrollo de habilidades y la accesibilidad para lograr modelos turísticos tanto sostenibles como competitivos.

2 METODOLOGÍA

Para fines de recopilación de mejores prácticas, se diseñó una plantilla en formato de cuestionario de Google para asegurar que cada buena práctica se analice según un esquema estándar dividido en los siguientes campos:

El código principal de actividad (NACE - Nomenclatura Estadística de las Actividades Económicas en la Comunidad Europea) que identifica la empresa/iniciativa. Esto nos ayuda a comprender y analizar mejor las Mejores Prácticas en el contexto del tipo de negocio. Aunque los códigos NACE específicos para el sector turístico no son obligatorios en INSPIRES, nos ayudan a conocer mejor la naturaleza y el alcance de la iniciativa.

Información genérica sobre la iniciativa: nombre, correo electrónico, fecha de inicio, ¿la iniciativa sigue en curso?

Inversión total requerida para la iniciativa: Esta información nos ayuda a comprender la escala de la iniciativa en lugar de cifras financieras exactas y a evaluar los recursos necesarios para una posible transferencia u replicación por parte de otras empresas y/o organizaciones.

No se pidió a los encuestados que especificaran la cantidad exacta invertida, sino que indicaran el rango de inversión dentro del cual se desarrolló su iniciativa.

Las opciones disponibles incluían rangos predefinidos (por ejemplo, por debajo de 10.000€; 10.000€–50.000€; 50.000€–100.000€; 100.000€–200.000€, por encima de 250.000€), lo que permitía a las pymes y DMOs responder de manera sencilla y comparable respetando la confidencialidad. Este enfoque también apoya una evaluación realista de las posibilidades de transferencia o replicación basada en los recursos necesarios.

Información descriptiva que incluye objetivos principales, actividades clave e impacto en la sostenibilidad del turismo, la resiliencia y la digitalización.

2.1 Temas tratados por la iniciativa

Esta clasificación nos ayuda a mapear las mejores prácticas con las áreas temáticas más relevantes que abordamos. INSPIRES está desarrollando actualmente un programa de "formación de formadores" en WP3 con módulos dedicados relacionados con estos temas, por lo que las aportaciones recopiladas contribuirán directamente a dar forma e ilustración al contenido con ejemplos reales.

- Gestión de riesgos y resiliencia

- Sostenibilidad/Economía circular
- Ofertas de turismo sostenible y regenerativo
- Diversidad e inclusión en el turismo
- Tecnologías emergentes
- Accesibilidad
- Otro

Aunque el Turismo Inteligente¹ no se incluyó como un tema separado en el cuestionario propuesto, varias Mejores Prácticas abordan el turismo inteligente mediante el uso de tecnologías emergentes y soluciones digitales. Esta dimensión se reforzará aún más en la versión final del compendio y también desempeñará un papel relevante en el programa de Formación para Formadores y en actividades relacionadas (parte del WP3).

2.2 ¿Qué necesidades de apoyo específicas se abordaron?

Esta información nos indica cuáles son las principales necesidades más allá de las empresas consultadas.

- Eficiencia energética o de recursos
- Adopción de herramientas digitales (por ejemplo, reservas, CRM)
- Promoción en mercados extranjeros
- Creación de valor a partir de bienes culturales/naturales locales
- Networking con proveedores de servicios complementarios
- Mejora de las habilidades del personal
- Innovación en infraestructura o servicios

2.3 ¿Cuál fue el impacto de las mejores prácticas?

En esta sección se pide a los participantes que detallen los resultados clave, beneficios y cambios que ha aportado al turismo, como mejoras en sostenibilidad, resiliencia, digitalización o participación comunitaria.

¹ "El turismo inteligente responde a nuevos retos y demandas en un sector en rápida evolución, incluyendo la evolución de herramientas, productos y servicios digitales; igualdad de oportunidades y acceso para todos los visitantes; desarrollo sostenible del área local; y apoyo a las industrias creativas, al talento local y al patrimonio." (smart-tourism-capital.ec.europa.eu)

2.4 Fortalezas clave de la iniciativa

¿Por qué es un buen ejemplo para compartir? ¿Qué es especialmente innovador, inspirador o transferible?

Esta pregunta nos ayuda a destacar qué hace que las Mejores Prácticas sean especialmente valiosas e identificar los aspectos que pueden ser más inspiradores o transferibles a otros en el sector turístico:

- Innovación
- Sostenibilidad
- Participación de la comunidad y del entorno
- Beneficios económicos
- Escalabilidad
- Accesibilidad
- Otro

2.5 ¿La iniciativa es transferible a otras regiones o a otras pymes?

Esta pregunta ofrece una visión sobre la replicabilidad y escalabilidad de la iniciativa. Ayuda a determinar si la práctica podría adaptarse e implementarse con éxito en otras regiones, contextos o tipos de negocio, más allá del modelo original. Comprender la posible transferibilidad facilita identificar qué Mejores Prácticas tienen impacto potencial y cuáles pueden servir como modelos o referencias para otros en el sector. A nivel interno, nos permite determinar qué Mejores Prácticas tienen más probabilidades de servir como ejemplo en la formación para formadores.

2.6 Desafíos encontrados (respuestas opcionales):

Esta pregunta nos permite identificar los desafíos encontrados y las lecciones aprendidas durante el proceso de implementación de la práctica.

2.7 Oportunidades futuras de desarrollo:

Esta sección proporciona información sobre cómo se podría ampliar, mejorar o adaptar la práctica para aumentar su impacto y eficacia. Se anima a los participantes a compartir ideas, posibles alianzas o áreas de crecimiento.

En general, el cuestionario ofrece una visión clara y completa de las Mejores Prácticas implementadas, facilitando la identificación de fortalezas, áreas de mejora, lecciones aprendidas y desafíos.

3 RESUMEN DE LAS MEJORES PRÁCTICAS RECOPIADAS

En esta sección, abordamos las Mejores Prácticas desde diferentes perspectivas: análisis estadístico de las Mejores Prácticas con gráficos que muestran tendencias y patrones, y ejemplos concretos cuando sea relevante.

3.1 Estadísticas

Durante esta primera fase de recogida se presentaron 47 Mejores Prácticas, y finalmente se consideraron 44 Mejores Prácticas para ser incluidas en el análisis.

La mayoría de las mejores prácticas provienen de países de INSPIRES: Finlandia, Bélgica, Alemania, Polonia, Bulgaria y España. Además, dado que tarea de recopilación de Mejores Prácticas no se limita a los países y regiones de INSPIRES, también se han incluido Mejores Prácticas de otros países como Irlanda, Chipre, Rumanía y Grecia.

La mayoría de las mejores prácticas provienen de iniciativas desarrolladas por pequeñas y medianas empresas, pero también de organizaciones de gestión de destinos, DMO, que, a través de su papel de intermediarios, facilitan la transición verde y digital de las pymes.

3.2 Sectores de actividad económica

Las mejores prácticas recopiladas provienen de una amplia gama de actividades relacionadas con el turismo; incluyendo alojamiento, establecimientos dedicados a la restauración, actividades relacionadas con la naturaleza, turismo activo, etc. Esto refleja el compromiso del sector turístico, especialmente de pequeñas organizaciones y pymes de zonas rurales en muchos casos o de trabajar directamente con zonas rurales, no solo con la transición digital y verde, sino también con la innovación y la resiliencia.

3.3 Rango de inversión

Casi la mitad de las iniciativas requirieron una inversión baja: menos de 50.000€, lo que confirma que adoptar soluciones innovadoras en sostenibilidad y digitalización no siempre requiere un presupuesto elevado. Sin embargo, algunas iniciativas requirieron inversiones mayores, lo que también implica un compromiso a largo plazo con la transición digital y verde. También podría ser comprensible que parte de los encuestados haya entendido la pregunta como toda la inversión necesaria para montar y poner en marcha su negocio.

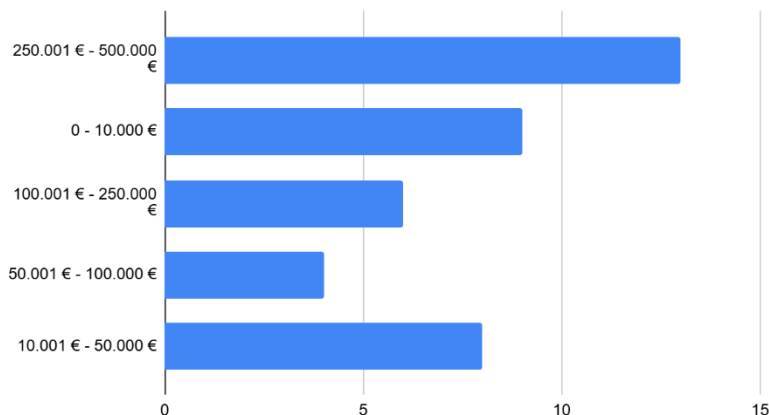


Figura 1: Rango de inversión requerida para implantar la iniciativa

3.4 Necesidades específicas de apoyo abordadas

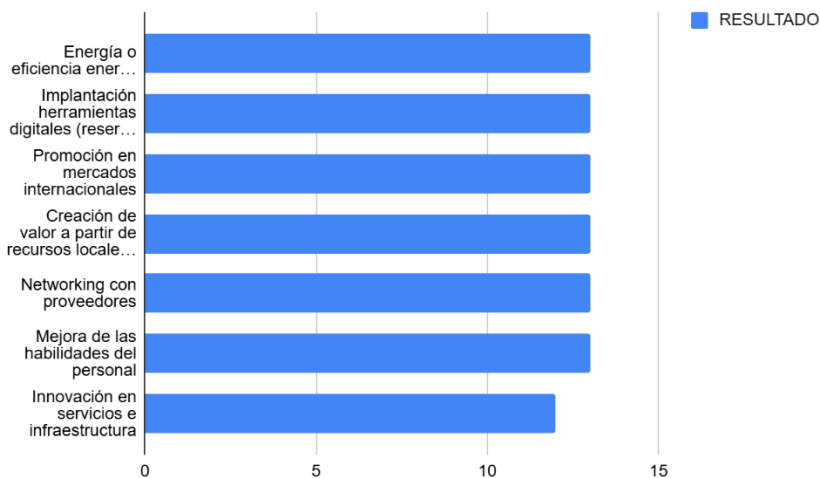


Figura 2: Necesidades específicas de apoyo abordadas

El número de necesidades de apoyo específicas identificadas supera el total de mejores prácticas analizadas porque esta pregunta fue diseñada como una pregunta de opción múltiple con múltiples respuestas permitidas. Los encuestados pudieron entonces seleccionar más de una necesidad de apoyo que reflejara los diferentes tipos de asistencia necesarias para la exitosa implementación de su iniciativa.

Las respuestas a esta pregunta fueron bastante igualadas, lo que indica que existe una fuerte demanda de apoyo en diferentes áreas por parte de las pymes. La mayoría de los encuestados identificó necesidades relacionadas con la eficiencia energética y de recursos, la adopción de

herramientas digitales y la creación de valor a partir de activos culturales/naturales, lo que demuestra que las pymes del sector turístico están claramente incluyendo la transición verde y digital como piedra angular de su modelo de negocio.

La respuesta correspondiente a la promoción en mercados extranjeros, junto con la innovación en servicios y la mejora de las habilidades del personal, también indica que las empresas del sector turístico están dispuestas a preparar su negocio para evolucionar en un entorno dinámico, globalizado y en constante evolución.

El número de empresas que indican establecer redes con compañeros complementarios y proveedores de servicios como necesidades específicas indica la importancia de fortalecer los vínculos con las comunidades circundantes y la importancia de establecer colaboraciones, y que la transición digital y verde no puede abordarse ni lograrse de forma aislada.

También muestra cómo las empresas turísticas buscan establecer sinergias con otros sectores para ofrecer un mayor nivel de productos y servicios a sus clientes.

3.5 Modelos ilustrativos de las pymes:

Redes y Colaboración:

[Happy Weekend](#), un operador turístico de Bélgica, informa de la importancia de colaboraciones a largo plazo con socios fiables como beneficio para su negocio y “una mayor resiliencia gracias al enfoque en la especialización, relaciones estrechas e inversiones conscientes.”

Ofertas de turismo sostenible y regenerativo:

[The Jolly Vinters](#), una iniciativa de Bulgaria que ofrece experiencias de vino seleccionadas en Lyutibrod, combinando catas boutique de vino con gastronomía local, naturaleza y narrativa cultural. Ambientada en el contexto de la Garganta de Iskar, promueve el turismo de bajo impacto y apoya la revitalización rural. Las actividades clave incluyen catas guiadas en lugares naturales y patrimoniales, reservas online e interacciones personalizadas con los invitados. La iniciativa fomenta la sostenibilidad mediante la adquisición local y prácticas ecológicas en los viñedos, fomenta la resiliencia diversificando los ingresos más allá de la venta de vino, y aprovecha herramientas digitales para la planificación y la divulgación. Contribuye a la visibilidad del noroeste de Bulgaria como un destino de calidad basado en la experiencia.

3.6 Estado en curso de las iniciativas

Una gran parte de las iniciativas aún continúa, lo que confirma la naturaleza dinámica del sector y los esfuerzos continuos de las pequeñas y medianas empresas y las DMOs para avanzar hacia modelos de negocio más sostenibles y resilientes.

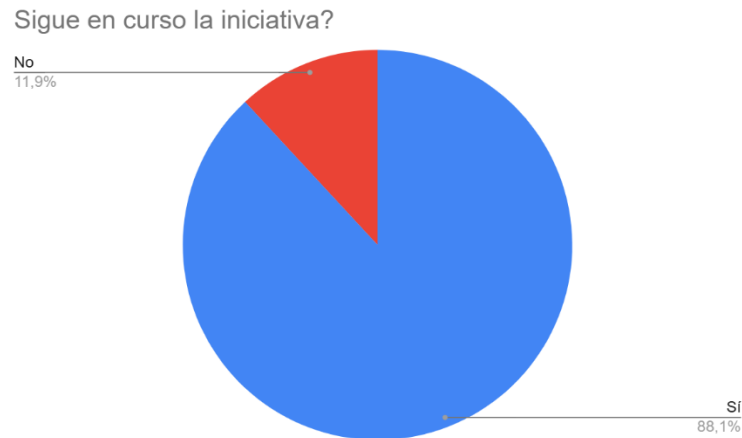


Figura 3: Estado de la iniciativa

3.7 Temas relacionados con las mejores prácticas



Figura 4: Temáticas relacionados con las mejores prácticas

TEMÁTICAS	Nº de pymes
Gestión de riesgos y resiliencia	18
Prácticas de sostenibilidad/economía circular	17
Ofertas de turismo sostenible y regenerativo	16
Diversidad e inclusión en el turismo	16
Tecnologías emergentes	16
Accesibilidad	16
Otro	15

Los resultados de esta pregunta (con múltiples respuestas permitidas) muestran resultados bastante equilibrados entre las diferentes áreas temáticas propuestas, evidenciando las múltiples dimensiones de la innovación en el sector turístico. El área temática más mencionada es la gestión de riesgos y la resiliencia, seguida de cerca por la economía sostenible/circular.

Cabe destacar que los encuestados también abordan la Diversidad, la Inclusión y la Accesibilidad, lo que pone de manifiesto la creciente integración de estas dimensiones en las estrategias turísticas de las pymes.

En conjunto, los resultados demuestran que el sector turístico está abordando sus estrategias mediante un enfoque holístico que combina prácticas medioambientales, sociales y tecnológicas para mejorar la resiliencia y la sostenibilidad en el sector.

Modelos ilustrativos de pymes sobre sostenibilidad y circularidad:

[Naturanda](#), una pyme de visitas guiadas en España, afirma: "NATURANDA transformó los retos de la pandemia en una oportunidad para abrazar la sostenibilidad como el núcleo de nuestro modelo turístico. Hemos renovado nuestra flota con vehículos eléctricos e híbridos para reducir las emisiones de CO₂, digitalizado las operaciones para eliminar el desperdicio de papel y mejorado nuestras oficinas con sistemas energéticamente eficientes y prácticas ecológicas. Cada tour integra ahora la educación ambiental, concienciando sobre el valor y la fragilidad de la naturaleza. A través de actividades diarias en zonas naturales y asociaciones con comunidades locales, garantizamos que el turismo tenga un impacto positivo en el ámbito ambiental, social y económico. Para nosotros, la sostenibilidad no es una tendencia, sino una responsabilidad duradera."

[Yyteri Resort & Camping](#) está situado en uno de los hábitats de dunas más valiosos de Finlandia, protegido bajo la red Natura 2000. Todo el desarrollo en Yyteri sigue estrictos principios de sostenibilidad. El resort ofrece 75 cabañas, 130 parcelas para caravanas con electricidad y 200 parcelas para tiendas de campaña, además de saunas, un restaurante y actividades familiares. Comprometida con minimizar el impacto medioambiental, ostenta la etiqueta Sustainable Travel Finland (STF) tras completar un programa de 7 pasos. Las acciones clave se centran en mejorar la eficiencia energética, el reciclaje y en guiar a los huéspedes y al personal para reducir el consumo de agua, electricidad y residuos.

Modelo ilustrativo de ofertas de turismo sostenible y regenerativo:

Algunos ejemplos que ilustran ejemplos de encuestados que han incluido ofertas de turismo regenerativo sostenible y regenerativo:

[Digital Platform for Sustainable Shopping Guide](#), de Bremerhaven, Alemania, es una plataforma digital de comercio ecológico que promueve las compras sostenibles conectando a los consumidores con negocios respetuosos con el medio ambiente en comercio, gastronomía, artesanía y servicios. **Gestionado por el destino turístico**, garantiza información precisa, mantiene el sistema y fomenta la interacción entre usuarios y proveedores. Los beneficiarios incluyen a los consumidores, que tienen acceso más fácil a alternativas sostenibles, y las empresas, que se benefician de una mayor visibilidad y de clientes objetivos. **Mejora la creación de redes con actores regionales, aumenta la visibilidad de las pymes y la accesibilidad de una audiencia centrada en la sostenibilidad.**

[Miełtowe Wzgórze](#), de Polonia, es un retiro íntimo en armonía con la naturaleza, que atrae a fieles visitantes y organiza talleres y eventos al aire libre que unen a la comunidad. Promueve la región como un centro de turismo lento y ecológico, al tiempo que apoya a proveedores locales y microempresas. Promueve una fuerte participación comunitaria a través de alimentos locales, artesanía y talleres, lo que fortalece la identidad y el desarrollo regional.

Modelo ilustrativo de la oferta turística de accesibilidad e inclusión:

[Bielebale](#): La accesibilidad para todos y el empleo para todos es un destino vacacional donde todos son bienvenidos sin barreras. Proporcionan el apoyo necesario durante las vacaciones: atención médica (médico, fisioterapeuta), dispositivos de asistencia y orientación se organizan de forma discreta y profesional, sin restar sensación vacacional. Además, el 60% de sus empleados son personas con dificultades para acceder al mercado laboral. El modelo cuenta con el apoyo del gobierno flamenco.

El Anexo 1 enumera todas las mejores prácticas por tema y estará disponible para las pymes y DMOs interesadas a través de la página web online antes de finales del primer trimestre de 2026.

3.8 Fuerzas clave de las mejores prácticas

Los resultados de esta pregunta muestran que la innovación (27) y la sostenibilidad (26) son los aspectos más valorados por los encuestados.

La implicación comunitaria (26) y los beneficios económicos (24) son igualmente importantes, lo que demuestra que las empresas están preparadas para combinar una implicación social positiva con la viabilidad empresarial.

La cantidad de fortalezas de los Otros (21) también es relevante para confirmar que la transformación en el turismo puede adoptar diversas formas.

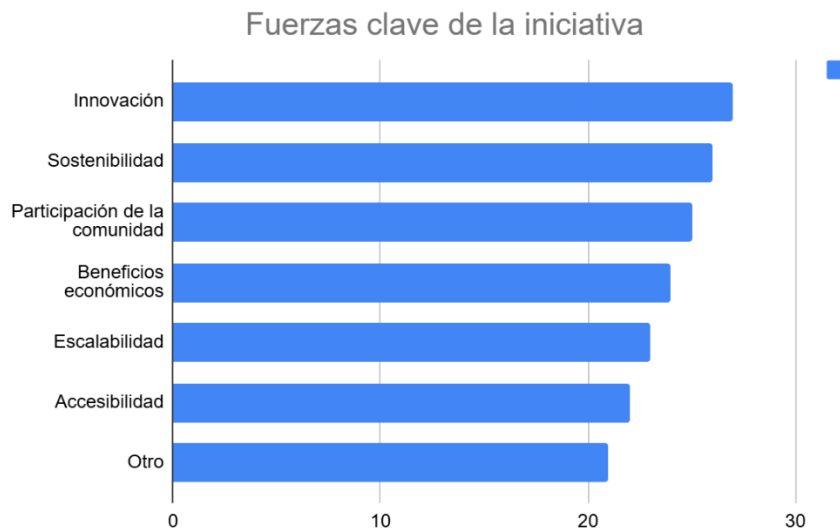


Figura 5: Fortalezas clave de las prácticas

La siguiente tabla muestra el número exacto de pymes por cada tipo de fortaleza, teniendo en cuenta que los encuestados tenían la opción de elegir más de una fortaleza clave para destacar su iniciativa.

FUERZA CLAVE	RESULTADOS
Innovación	27
Sostenibilidad	26
Participación de la comunidad	25
Beneficios económicos	24
Escalabilidad	23
Accesibilidad	22
Otro	21

3.9 Transferibilidad de las mejores prácticas

Como se muestra a continuación en la figura 6, las respuestas a la pregunta son claras y la gran mayoría de los participantes considera que las diferentes iniciativas que han implementado en turismo digital, verde y resiliente podrían ser aplicables y transferirse con éxito a otras empresas o en otros territorios.



Figura 6: Transferibilidad de las prácticas

3.10 Desafíos encontrados

Aunque las Mejores Prácticas recopiladas demuestran un alto compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la resiliencia, los encuestados también identificaron varios desafíos durante el diseño e implementación de sus iniciativas. Estos desafíos reflejan limitaciones comunes y estructurales que enfrentan las pymes turísticas, especialmente al introducir nuevos modelos de negocio, soluciones innovadoras o trabajar en entornos innovadores y colaborativos, en particular como:

- Barreras financieras y legales: regulación medioambiental, dificultades para introducir un producto innovador en el mercado, obtención de permisos, comprensión de los requisitos legales
- Equilibrar la experiencia del usuario con un enfoque sostenible y mantener la autenticidad
- Coordinación entre múltiples actores y co-creación con los grupos de interés.

Desafíos ilustrativos destacados por los encuestados:

[La Granja Ecológica Rozino](#), de Bulgaria, afirma: "Uno de los principales retos fue gestionar la complejidad de combinar agricultura, producción alimentaria y turismo bajo un modelo sostenible. Garantizar una calidad constante en todas las áreas —especialmente en certificación ecológica, bienestar animal y experiencia de los huéspedes— requirió un tiempo significativo, recursos y compromiso del personal. Otro desafío fue construir ecoalojamientos en una zona protegida, lo que implicó navegar por estrictas normativas medioambientales. "

[Berkovitassa, de Bulgaria](#), afirma: "Uno de los principales retos fue coordinar a múltiples actores locales—productores, expertos culturales y locales—manteniendo la coherencia de la calidad y el diseño de la experiencia. La logística en las zonas rurales, como infraestructuras limitadas o un clima impredecible, también planteaba dificultades operativas."

[Aurora Holidays](#), de Finlandia, explica que, al implementar su iniciativa *Turismo pesquero regenerativo en el río Teno*, el principal desafío radica en las negociaciones entre países sobre la legislación y regulación de la pesca del salmón rosado, así como en conciliar la toma de decisiones y las opiniones locales.

[Bieszczady Bicycle Trolleys](#), una iniciativa desarrollada en Polonia, afirma: "Debido a su naturaleza innovadora, el producto fue difícil de introducir en el mercado: fue necesario preparar documentación, normativas y, en cooperación con Polish Railway Lines, desarrollar principios operativos, que ahora están en vigor en empresas de alquiler de bicicletas que se están estableciendo en otras partes de Polonia."

4 HALLAZGOS CLAVE Y LECCIONES APRENDIDAS

El análisis de las mejores prácticas recopiladas demuestra que las pymes y organizaciones multinacionales del turismo participan activamente en la transformación verde y digital del sector turístico. Demuestran disposición a diversificar su oferta, fortalecer sus vínculos y colaborar con las comunidades locales para aumentar la competitividad no solo de su negocio, sino también beneficiarlo y expandirlo al territorio. Muchas iniciativas combinan objetivos sostenibles y sociales, contribuyendo a aportar valor tanto a las empresas como a las comunidades.

Las Mejores Prácticas demuestran cómo las empresas locales contribuyen a los objetivos más amplios de la Ruta de Transición de la UE para el Turismo, especialmente en lo que respecta a la transición digital de las empresas, el desarrollo y mejora de competencias, y la creación de experiencias que combinen inclusión y red comunitaria.

Los factores comunes de éxito incluyen la colaboración y la creación de redes, una identidad local sólida, cultura y uso del patrimonio y los recursos naturales como fuente de innovación y resiliencia, un alto potencial para la transferencia y adaptación exitosas en otras regiones o contextos, y un fuerte compromiso con la sostenibilidad, incluyendo la economía circular, la eficiencia energética y la reducción de la huella medioambiental.

Sin embargo, persisten desafíos, principalmente relacionados con barreras financieras y legales como la normativa medioambiental, dificultades para introducir un producto innovador en un mercado debido a la obtención de permisos y la comprensión de los requisitos legales. La brecha de habilidades técnicas también sigue siendo uno de los retos que enfrentan las pymes.

ANEXO 1

Mejores prácticas por área temática

Esta tabla vincula cada mejor práctica recopilada con los criterios temáticos relevantes, mostrando cómo las iniciativas abordan la sostenibilidad, la resiliencia, la digitalización, la inclusión y otras áreas clave.

Buenas prácticas	País	Sostenibilidad/Prácticas de economía circular	Gestión de riesgos y resiliencia	Ofertas de turismo sostenible y regenerativo	Diversidad e inclusión en el turismo	Tecnologías emergentes
Experiencia inmersiva de Rubens	Bélgica		X			X
Agente de IA de Profitroom	Polonia	X	X			X
Tranvías para bicicletas de Bieszczady	Polonia	X		X	X	
Miętowe Wzgórze - oddech natury	Polonia			X		
Naturanda como ejemplo de buenas prácticas desde 2020	España			X		
Granja ecológica Rozino: Lácteos de circuito cerrado y ecoturismo en el corazón de los Balcanes	Bulgaria	X	X	X		
Sineva Camping & Bubble Tends: Estancias de naturaleza inmersiva en los Balcanes de Vratsa	Bulgaria	X	X	X	X	
Sabores locales, conexiones duraderas – Experiencia Berkovitsa	Bulgaria	X	X	X	X	X
Rutas vinícolas junto a la garganta de Iskar	Bulgaria	X	X	X		X
Destination Vratsa: Belleza en 360° – Experiencia de Realidad Virtual	Bulgaria			X	X	X
Integrando la robótica en la alta cocina rural: Robcho	Bulgaria	X	X	X		X
Escultura Eventos – Modelo de Gestión Turística Sostenible e Inclusiva	España	X	X	X	X	X
Mystreetbook, rutas sostenibles	España			X		X
Camping Siesta / Ecotree – turismo regenerativo	Bélgica			X		
Campaña de marketing digital para Pafos, Chipre	Chipre			X	X	X
App digital: Dublin Discovery Trails - Narración de historias	Irlanda		X	X	X	X
Innovación basada en datos para las pymes turísticas en las capitales europeas de la cultura	Europa		X	X	X	
Estrategia de Resiliencia 2030 de Salónica como hoja de ruta para el turismo sostenible	Grecia	X	X	X	X	
Experiencia de Realidad Virtual en el Museo Astra, Sibiu, Rumanía	Rumanía			X	X	X
Hotel Nowy Dwor: Energía limpia - Inversión en fotovoltaica	Polonia	X	X	X		

Buenas prácticas	País	Sostenibilidad/Prácticas de economía circular	Gestión de riesgos y resiliencia	Ofertas de turismo sostenible y regenerativo	Diversidad e inclusión en el turismo	Tecnologías emergentes
Scrabble Bed and Breakfast: eficiencia energética y de recursos	Bélgica	X				
La Red de Seguridad de Laponia	Finlandia		X			
Zielona Perspektywa	Polonia			X		
Ética de no dejar rastro	Finlandia	X		X		
Fotovoltaica - Solar plus Wallbox para E-Autos	Alemania	X	X	X		X
Escuela de Oficios Creativos de Bieszczady	Polonia	X		X	X	
"ImpactHub para Profesiones Verdes" en LandPark Lauenbrück: Experimenta la naturaleza, moldea el futuro – a través de la formación sostenible y la participación social	Alemania			X	X	
Museo temporal y exposición de helatos	Polonia	X				
Bielebale: Accesibilidad para todos y empleo para todos.	Bélgica				X	
Traseo — un creador de mapas adaptado al turismo regional y a los negocios locales.	Polonia	X		X	X	X
Fines de semana felices = un fuerte crecimiento y, sin embargo, seguimos siendo nosotros mismos como operador turístico/organización de viajes	Bélgica		X			
Spa Salina - Visitas guiadas	España	X		X		
Turismo pesquero regenerativo en el río Teno	Finlandia			X		
Yyteri Resort & Camping - Etiqueta Sustainable Travel Finland	Finlandia	X				
Aula verde	Alemania	X				
Plataforma digital para la guía de compras sostenibles	Alemania	X		X		
IOPark (Soluciones de acceso inteligente para movilidad, turismo y alojamiento)	España	X	X	X		X
Ampliación del complejo de piscinas en Wioska Wakacyjna Radawa	Polonia			X	X	
Concepto de vía verde Velo San	Polonia			X	X	
Caro-Sichtbarkeit	Alemania	X		X		
Hotel Caryńska Inn: una construcción acorde con la tradición arquitectónica local	Polonia	X	X	X	X	X
meerzukunft ³ - El aprendizaje interempresarial de Bremerhaven	Alemania	X	X	X		
Villa accesible en Laponia	Finlandia				X	
TOTAL		24	18	33	18	15