

NOTA DE PRENSA

17 de noviembre de 2020

La relevancia social y económica del turismo en España, analizada en el Informe de Exceltur sobre la Contribución Social del Sector Turístico Español

El sector turístico supone más del 12% del PIB y sus efectos tractores sobre otros sectores (62 € más por cada 100€ de gasto turístico) se han evidenciado por la paralización durante la crisis

Destaca el trabajo de las empresas turísticas en ámbitos sociales, inclusión, diversidad, igualdad, formación, y filantropía y la contribución realizada a reducir el impacto de la pandemia

Exceltur sugiere, además, en este informe una Agenda al 2030 del sector con los principales retos que reforzarán su compromiso con la sociedad

Madrid, 17 de noviembre de 2020. Exceltur, Alianza para la Excelencia Turística, en colaboración muy especial con la Fundación SERES, ha presentado hoy un informe cuya elaboración ha coordinado Deloitte, que además de la contribución del turismo a la economía pone en valor el destacado papel del sector en ámbitos clave de la agenda social de nuestro país.

Gabriel Escarrer Jaume, presidente de Exceltur, ha explicado durante su presentación que *“la mayor contribución que, como industria, podemos hoy anhelar es retornar de nuevo a nuestra actividad de forma plena y que todos nuestros equipos regresen a sus puestos de trabajo”*. Un mensaje, que cobra especial relevancia ya que el sector turístico supone más del 12% de PIB español, es empleador directo de 2,67 millones de personas, y, genera en otros sectores 62€ por cada 100€ de gasto turístico, reflejando su efecto tractor sobre otros muchos sectores del resto de la economía española, que la fuerte caída de la actividad turística en 2020 ha evidenciado.

En la misma línea **Francisco Román, presidente de la Fundación SERES,** destacó que *“la crisis provocada por la pandemia pone encima de la mesa dos retos fundamentales para la sociedad y la empresa: retomar la actividad económica y hacerlo sin dejar a nadie atrás. Hemos visto cómo las empresas del sector turístico siguen esforzándose en contribuir de manera activa al desarrollo económico, social o medioambiental. La empresa puede y debe afrontar un reto ambicioso: generar soluciones eficientes, eficaces y escalables al tiempo que sostenibles”*.

Para Concha Iglesias, socia líder de Sostenibilidad y Clima de Deloitte España: *“El sector turístico es consciente de su potencial en materia de responsabilidad social, incorporando una reflexión y acciones concretas al objeto de integrar de forma natural la dimensión social de sus actividades. Una agenda que adquiere especial importancia en un momento en el que la responsabilidad social se ha convertido en herramienta clave del negocio, evolucionando desde una visión filantrópica a un asunto estratégico, un valor cada vez más demandado por el viajero, el turista, la comunidad local, y todos los grupos de interés del sector”*.

Para Fernando Valdés, secretario de Estado de Turismo: *“Ha resaltado la utilidad que tienen informes como el presentado hoy por Exceltur y que reflejan el compromiso del sector con el conjunto de la economía y sociedad de nuestro país. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ha dicho, “defiende de manera entusiasta y con una buena dosis de militancia, que éste sí es un sector que aporta valor al bienestar económico y social de las personas. Que, si atendemos a las nuevas lógicas de desarrollo equilibrado y sostenible, el turismo es fundamental para la dinamización de los entornos rurales o el acceso al mercado laboral de colectivos de escasa empleabilidad”. “Claro que estamos comprometidos en la mejora de la calidad y productividad del sector, como también lo estamos en la lucha contra la precarización y la estacionalización, pero son muchos los ejemplos que, como los que hoy habéis presentado,*

muestran los esfuerzos por seguir mejorando y aportando al conjunto de nuestra sociedad, ha añadido”.

Principales conclusiones del informe

El informe se estructura en tres grandes bloques en los que se analiza la contribución del sector turístico español: el impacto económico, el impacto social y su contribución durante la pandemia.

En el ámbito económico, destaca que, durante la última década, el sector turístico se ha consolidado como una de las principales fuentes de renta y empleo de la economía española, aportando en 2018 según el INE, **147.946 millones de euros de actividad, es decir el 12,3% del Producto Interior Bruto (PIB)**. Este crecimiento se ha visto también reflejado en el impulso de la economía local ya que, según las empresas consultadas para este estudio, más del 85% de sus compras se realizan a nivel local, favoreciendo el apoyo a los proveedores locales.

Este impulso del turismo a la economía también ha facilitado la **reconversión integral y el reposicionamiento de algunos destinos pioneros de la oferta del litoral**, suponiendo un gran revulsivo socio económico para su ecosistema local. Ejemplo de ellos son el caso de Meliá Hotels International en Magaluf (Mallorca), permitiendo extender la temporada un 8%, y elevar el empleo en otro 8% y los servicios en la zona en un 33%. Destaca también el caso de Palladium en Platja D'en Bossa (Ibiza) extendiendo la temporada un 10% y creando nuevos empleos.

El crecimiento del sector turístico se ha visto en 2020 inevitablemente paralizado por la crisis del COVID 19, que ha puesto en especial relevancia **los importantes efectos tractoros que induce sobre terceros** Como se explica en este informe, según el INE, por cada 100 empleos en ramas de actividad en contacto directo con el turista, se generan 67 empleos adicionales en otros sectores, y por cada 100 euros de valor añadido, se aportan 62,1 euros en otros sectores.

Además, el sector turístico es **clave para la redinamización de entornos rurales y la España “vacía”**, debido entre otros, a la extensa red de casas rurales presente en más de 4.700 municipios, es decir, más del 50% de los que componen la estructura geográfica española.

El informe destaca también la **relevancia del sector por las oportunidades que facilita al emprendimiento**, que se aprecia dada la alta presencia de pymes en el sector, más de 400 mil según el INE, y su **compromiso con la formación**, el 66,5 % de las compañías de la hostelería impartieron formación para mejorar los conocimientos y habilidades de sus trabajadores.

Fruto de ello, el sector turístico es el **principal empleador directo de la sociedad española** con 2,67 millones de personas, un 12,7% del total, según el INE, dada la **fuerte creación de empleo en la última década** (un 19,3% en ramas turísticas, frente al 3,4% en el resto).

Asimismo, el sector turístico facilita la **integración y diversidad generacional** con un 21,9% de los trabajadores menores de 30 años, mientras que en el conjunto de la economía solo suponen un 13,7% , **así como la diversidad multicultural**; en el sector turístico trabajan un 21,3% de personas nacidas fuera de España, muy superior al 13% que presenta la media en España. Las características del empleo favorecen a su vez aspectos como la **conciliación laboral**, que atrae a un 20,7% de los profesionales españoles al sector turístico debido a las facilidades que aporta.

Contribución del sector turístico a reducir el impacto social de la pandemia

La pandemia y la crisis derivada de ésta, ha propiciado que las empresas turísticas hayan destacado mostrando su lado más solidario. Muchas son las que desde el mes de marzo de 2010 han desarrollado múltiples iniciativas de colaboración y mitigación del impacto social de COVID para apoyar a la sociedad española en una situación tan complejo. Valgan como algunos ejemplos:

Que, hasta julio de 2020, las compañías aéreas, de transporte terrestre y marítimo se han volcado repatriando turistas y vehículos, así como en el transporte de material sanitario urgente hacia los hospitales y el abastecimiento de los territorios insulares.

La medicalización de más de 25 hoteles que han atendido a más de 3000 pacientes y puesto a disposición muchas más instalaciones, a las administraciones por si fueran precisas. Se ha colaborado también en el levantamiento de hospitales de campaña instalando más de 2.000 camas, atendiendo a más de 5.000 pacientes en una extensión de 95.000 m² ubicados entre 8 pabellones. Además, se han reconvertido algunos restaurantes en comedores sociales o en cocinas para preparación de comidas para los Bancos de Alimentos, contribuyendo también con donaciones de alimentos, materiales para hospitales, material sanitario y de protección, etc.

Las empresas turísticas españolas han querido también reconocer en especial, la labor sanitaria llevada a cabo, facilitando 10.000 plazas gratuitas en transporte ferroviario y 550 vehículos a disposición del personal sanitario o colectivos esenciales, así como estancias gratuitas para todos aquellos colectivos que han trabajado en primera línea u ofertas para sus próximas vacaciones.

El sector turístico también se ha comprometido con sus empleados, vía ayudas económicas, y de vivienda, cobertura médica, formación gratuita, y cesión de coches gratuitos, entre otras.

Agenda del sector: Visión 2030

En este Informe de la Contribución Social del Sector Turístico Español también se ha querido sugerir propuestas para reforzar el compromiso del sector con las personas desde una triple dimensión: los trabajadores de sus empresas, sus clientes y la sociedad local que acoge sus negocios. Para ello, se han definido a modo de Agenda de futuro, alineada con los objetivos de Naciones Unidas para el año 2030, una serie de retos en los que centrar los esfuerzos del conjunto de agentes del sector turístico a medio plazo. Dicha agenda propone trabajar en cuatro áreas clave:

- **Compromiso y acción:** Maximizar el impacto de las acciones que se acometen en el campo de la Responsabilidad Social, reforzando la vocación de contribuir y tomar como referencia iniciativas internacionales, y fomentando el desarrollo y bienestar de las comunidades locales con el máximo respeto ante el patrimonio, la cultura, los habitantes locales y sus tradiciones.
- **Alianzas sectoriales e intersectoriales:** que ayuden a aunar objetivos y gestionar las acciones de todos los actores que integran la amplia cadena de valor implicados en la actividad turística, tomando como base la cohesión, articulación y un diálogo constante y consistente.
- **Identificación de las claves del sector sobre las que incidir :** De ello se derivan 5 oportunidades para maximizar el impacto positivo en la sociedad:
 - Desarrollo de políticas de empleo que den respuesta a retos sociales relacionados con la integración laboral, generando empleo de calidad e inclusivo.
 - Fomento de actuaciones de promoción de los valores de la sociedad e impulso de la relación con sus entidades sociales.
 - Trabajo con proveedores involucrados en el compromiso social de la empresa.
 - Impulso de la mejora de la calidad de vida y el bienestar de la sociedad, incorporando los temas medioambientales.
 - Favorecer la accesibilidad física y tecnológica para no dejar a nadie atrás.

Medición y Comunicación: Disponer de una metodología, homogénea y testada, que ayude a las compañías en la medición del impacto de la contribución social y su agregación es clave para conocer en profundidad los procesos, tomar decisiones y, por ende, incrementar el impacto en la cadena de valor. Comunicar, de forma interna y externa, las acciones que se realizan y el desempeño en materia de Responsabilidad Social, como ejercicio de transparencia.