

## “Turismo Bien. El turismo que todos queremos”

### **EXCELTUR PRESENTA UN MANIFIESTO EMPRESARIAL PARA IMPULSAR UN TURISMO SOCIALMENTE RESPONSABLE, INCLUSIVO Y REGENERATIVO EN ESPAÑA**

- Resumido en un decálogo, el manifiesto aborda los actuales desafíos del turismo desde una visión y un relato empresarial, concretando para avanzar, 80 propuestas en ejes como la saturación, la gentrificación, el empleo, el entorno y la gobernanza.
- Expone la voluntad de los principales agentes privados del sector para fomentar prácticas responsables en la gestión empresarial e impulsar políticas institucionales y fórmulas de gobernanza público-privadas que faciliten un turismo con propósito.
- Analizar el posicionamiento actual para definir acciones con rigor, concienciar a los visitantes del respeto a los residentes y trabajar por un gran pacto de Estado con el respaldo de las CC. AA. que oriente el futuro turístico socio económicamente mas rentable y deseable, para las sociedades locales, son algunas de las propuestas
- Recoge igualmente el sentir empresarial y el respaldo de las principales asociaciones nacionales y subsectoriales, como son las del alojamiento reglado, hostelería y restauración, agencias de viajes, líneas aéreas y alquiler de vehículos.

**Madrid, 3 de julio de 2024.-** EXCELTUR presenta el primer *Manifiesto por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo*, en el que se recogen los principios básicos para poder avanzar hacia *El turismo que todos queremos*. El documento aborda muchos de los desafíos a los que se enfrenta el turismo en España. Además, expresa el compromiso de EXCELTUR de servir de detonante para asumir y trasladar un sentimiento de responsabilidad empresarial, compartido y respaldado por las asociaciones nacionales de los principales subsectores turísticos en España, con el fin de ser parte activa del proceso de reflexión abierto y abordar sin dilación los nuevos modelos de turismo más sostenibles.

Este manifiesto es también la base del proyecto **Turismo Bien**, presentado esta mañana en Madrid. Una marca bajo la cual se desarrollarán diversas iniciativas con el fin de movilizar y procurar las mayores adhesiones de todos los agentes públicos y privados españoles que integran la extensa cadena de valor del turismo. También aspira a enriquecer los objetivos y compromisos de partida para que se amplíe el escenario de su implantación territorial. Se trata de promover los mayores avances y las mejores prácticas que ayuden a lograr el turismo más sostenible, con el mayor valor añadido y cada día más cercano a los anhelos ciudadanas, desde el mayor respeto por el entorno y sus valores identitarios.

Sin perjuicio de lo anterior, sentimos que no deja de ser muchas veces algo desconocido, poco difundido o asumido en ámbitos políticos o por la propia sociedad, que el turismo en los últimos 10 años, a pesar de la pandemia ha explicado el 24% del crecimiento económico de nuestro país y este ejercicio 2024 aportará a la economía española más de 200 mil millones de euros. Para dimensionar mejor el papel locomotora del turismo cabe señalar que su contribución supera a la de todas las ramas industriales juntas (168 mil millones en 2023) y es 3 veces mayor que la del sector de la construcción (73 mil millones) o 5 veces más

que todo el conjunto del sector primario (34 mil). Asimismo, los beneficios del turismo se extienden sobre otros muchos sectores de actividad, de forma que, por cada 100 euros generados de forma directa por el turismo, se generan 62,1 euros en otros sectores y, por cada 100 empleos directos, se crean 67 empleos más en otros sectores.

“El turismo tiene un importante peso en la creación de riqueza y del cada día mayor y mejor empleo, fomentando directa e indirectamente la puesta en marcha de muchas otras actividades, y es uno de los principales motores de la economía española. Sin embargo, el horizonte deseado de un turismo socialmente más sostenible cada día nos obliga a consensuar y avanzar hacia políticas públicas más prioritarias y decididas, junto a prácticas empresariales más innovadoras y respetuosas. Solo así el turismo podrá seguir generando las oportunidades más deseables de futuro para las sociedades locales y para elevar la calidad de vida de su ciudadanía. Todo ello con una nueva gobernanza público-privada, más efectiva y recíprocamente más comprometida que lo facilite, explica Gabriel Escarrer, presidente de EXCELTUR.

El **Manifiesto por un turismo responsable, inclusivo y regenerativo. El turismo que todos queremos** es una declaración de intenciones y compromisos para impulsar avances en torno a una hoja de ruta con los mayores consensos de todos los actores públicos y privados del sector, que también escucha las demandas ciudadanas que surgen en los destinos. El Manifiesto nace de la convicción y deseo de difundir el sentimiento empresarial de las empresas asociadas a EXCELTUR y cuenta en su arranque con el respaldo de las principales asociaciones subsectoriales turísticas de carácter nacional. Entre ellas se encuentran **CEHAT** (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos), **CEAV** (Confederación Española de Agencias de Viajes), **Hostelería de España**, **ALA** (Asociación de Líneas Aéreas) y **Feneval** (Federación Nacional Empresarial de Alquiler de Vehículos Con y Sin Conductor), que comparten los mismos anhelos empresariales en favor de un nuevo ciclo de desarrollo sostenible del turismo en España.

“Todas las medidas que planteamos se orientan en torno a una idea sencilla: hacer las cosas bien para avanzar hacia ese turismo que todos queremos y deseamos por igual, bien seamos ciudadanos, turistas, residentes, empresarios o responsables públicos. Y, parafraseando un slogan de CEHAT, transitando de más turismo a mejor turismo”, asegura José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de EXCELTUR.

“El turismo es esencial para nuestro presente y lo seguirá siendo para el futuro de muchos territorios españoles. Ello requiere liderar y abordar nuevas reflexiones innovadoras y valientes de las que se deriven las aportaciones público-privadas, recíprocamente más generosas y realistas, que permitan reposicionar las características y el atractivo de la oferta y demanda turística más deseable para cada destino. Es decir una transición hacia los escenarios más competitivos que aseguren la mayor contribución socioeconómica y satisfacción ciudadana, superando muchos de los problemas de un crecimiento hasta hace poco valorado de forma simplista y basado en batir meros récords de afluencia *per se*”, señala Zoreda.

## Los 10 principios básicos del manifiesto

**1. CONOCER PARA AVANZAR Y MEJORAR.** Es necesario romper apriorismos y partir del análisis más objetivo y riguroso del posicionamiento turístico actual, partiendo de la presión turística en los destinos, para poder definir y consensuar los objetivos, políticas y actuaciones más realistas de futuro. También debe generarse una mejor información en tiempo real, con indicadores sociales más cualitativos que midan el éxito turístico y su contribución ciudadana de otra manera, e incorporarse la visión crítica de expertos externos que enriquezcan el debate y limiten las endogamias locales

**2. DIALOGAR PARA CONVIVIR.** Es preceptivo escuchar la opinión ciudadana constructiva, la de los residentes en los destinos, para incorporar su visión y compromisos en la identificación y gestión de los flujos turísticos más deseables para la comunidad, así como contar con su complicidad para diversificar y

poner en valor los recursos desaprovechados de cada destino que realcen su identidad diferencial. Otra de las claves es trabajar en la mayor concienciación de los visitantes en el mayor respeto por los valores propios de los destinos y sus entornos, evitando el turismo de excesos.

**3. PRESERVAR PARA CONSERVAR LO AUTÉNTICO.** Los diferentes actores sociales y del sector privado tienen que ser capaces de impulsar y respaldar las actuaciones más decididas de las administraciones competentes, para evitar la ilegalidad e intrusismo en su sentido más amplio y en especial la gentrificación en los barrios, provocada por el difícil acceso a la vivienda que genera la explosión de las viviendas de uso turístico. Es clave integrar los valores singulares de la cultura local y su patrimonio natural en el centro de las nuevas estrategias turísticas, así como apoyar planes de protección urbanística para el patrimonio artístico e incentivar la conservación de los establecimientos de comercio locales más históricos y con personalidad propia, en paralelo a los que presten los mejores servicios de proximidad a los residentes en sus entornos.

**4. COMPARTIR PARA COMPENSAR.** Alcanzar un consenso con las distintas administraciones sobre las razones que aconsejen una potencial implantación de tasas turísticas, aclarando los mínimos efectos disuasorios para reducir afluencia que se consiguen con ellas y procurado que, en todo caso, reviertan en mejorar la calidad de vida del residente o de la experiencia del turista que más valor añadido aporte. Asimismo, se debe promover la contratación de proveedores locales “km 0” para impulsar en lo posible el tejido socioeconómico y el empleo de proximidad, así como la colaboración con las comunidades locales, en aquellos proyectos sociales que apoyan colectivos desfavorecidos. Otra medida es priorizar la contratación en el sector de personal local, contribuyendo así al desarrollo social y económico del entorno.

**5. COLABORAR PARA TRANSFORMAR.** Busca impulsar nuevos instrumentos de ordenación y gestión de las políticas turísticas nacionales, regionales y locales, así como respaldar el control y persecución institucional de cualquier tipo de intrusismo y sus prácticas irregulares. También apuesta por el desarrollo de propuestas empresariales que, con incentivos y apoyos públicos, faciliten inversiones en equipamientos turísticos y ayuden a descongestionar los lugares más masificados o a generar nuevos atractivos que extiendan las oportunidades de reposicionamiento turístico y desestacionalización de los destinos.

**6. DIGNIFICAR PARA ATRAER.** Es imprescindible ofrecer condiciones laborales que tengan en cuenta, adicionalmente, un salario emocional que ponga en valor el trabajo de los profesionales del sector turístico y su aportación a la sociedad, para enaltecer su prestigio, autoestima y sentimiento de pertenencia al sector. De ahí la relevancia de desarrollar, entre otros, programas de formación dual y cualificación que impulsen el mejor desarrollo de carrera de los profesionales del sector a todos los niveles e impulsar la mejora de ese salario emocional a través de políticas de conciliación, equidad e inclusión, contratación directa y reducción de la estacionalidad.

**7. OPTIMIZAR PARA CUIDAR.** Para ello, se propone seguir invirtiendo prioritariamente en energías renovables que aseguren la mayor eficiencia ante el reto de reducción de emisiones y acelerar la implantación de alternativas de transporte colectivo con bajas emisiones, como el barco, tren, autobús, avión o coches de alquiler, todos ellos ya inmersos en notables esfuerzos e inversiones en pro de esta causa y referentes en Europa. También se propone la promoción de la edificación sostenible a través de establecimientos netos de emisiones y de la construcción con materiales eficientes y de baja contaminación, así como la adopción de medidas para reducir el consumo y mejorar la reutilización de agua y el fomento del reciclaje y reducción del desperdicio alimentario.

**8. ANTICIPAR PARA SOLUCIONAR.** Supone avanzar en estrategias que reduzcan la congestión y contribuyan a la desestacionalización, que abra nuevas zonas en los destinos y cree una oferta atractiva y experiencial, distinta. Esto incluye, a su vez, la promoción de medidas normativas, tecnológicas y humanas para gestionar con fluidez y en tiempo real los movimientos turísticos dentro de los destinos y el diseño de

esa nueva oferta, cada día más orientada a captar los segmentos de turistas de mayor valor añadido. Asimismo, se propone evitar campañas de promoción turística que atraigan un turismo masivo de baja contribución o de excesos.

**9. INNOVAR PARA GESTIONAR.** Impulso de proyectos conjuntos entre el sector público y privado enfocados en el desarrollo de nuevas tecnologías para generar y gestionar actividades turísticas más responsables y sostenibles. Se propone abordar la promoción de iniciativas que doten a los destinos de más capacidades tecnológicas y digitales que refuercen la promoción de las características singulares de su oferta local.

**10. UNIR PARA AVANZAR.** Para promover una evolución y transformación gradual del sector turístico español en esta nueva hoja de ruta, es fundamental aunar la visión y los esfuerzos de todos los actores públicos, privados y la sociedad civil, relacionados directa e indirectamente con el turismo. Ello favorecerá los consensos para aspirar a un gran pacto de Estado con el mayor respaldo de las CC. AA., con el fin de aspirar a que este sector amable y etiquetado como el de la felicidad, el turístico, pueda avanzar de manera conjunta. Es decir, nuevos procesos que permitan generar sinergias, replantear prioridades y restablecer equilibrios sociales, impulsando el poder crear organismos mixtos que, con los mayores recursos y compromisos recíprocos, jurídicamente permitan y promuevan la más eficaz cogestión turística público-privada.

Este decálogo busca a su vez, alentar la progresiva adhesión de todos los actores posibles de la extensa cadena de valor turística, promoviendo nuevos escenarios de reflexión que lo enriquezcan. Según señala el presidente de EXCELTUR, Gabriel Escarrer, “hemos concretado 80 propuestas de actuación en cinco ejes, asociados a la saturación, la gentrificación, el empleo, el medioambiente y la gobernanza. El manifiesto está abierto a cuantos actores del sector y agentes sociales deseen enriquecerlos y ser parte activa del proyecto **Turismo Bien**. Queremos estrechar la colaboración público-privada, sobre una gobernanza mejor estructurada, que además permita la mayor participación ciudadana y avanzar hacia un turismo respetuoso y ordenado que asegure el crecimiento más sostenible y deseable: El turismo que todos queremos”.

En el texto completo del manifiesto –que puede consultarse en este enlace– se detallan las diferentes medidas y sugerencias, como son la posible creación de “Consejos Turísticos Ciudadanos”, formados por representantes de las comunidades de vecinos, autoridades locales y diferentes operadores del sector en zonas tensionadas; el impulso de Planes Directores de Turismo, como herramientas estratégicas, y la dotación a los destinos de más capacidades tecnológicas, digitales y humanas para lograr una diferenciación de la oferta local, entre otras.

Ante el inicio de la temporada alta de verano, se prevé un aumento notable de visitantes y el proyecto **Turismo Bien** busca precisamente recuperar los vínculos más estrechos que antaño eran habituales entre el sector turístico y la ciudadanía a nivel local, concitando los mejores sentimientos de acogida al turismo y al turista, avanzando hacia los modelos de turismo más sostenibles y responsables.

**Contacto de prensa:**

LLYC - 91 563 77 22

Beatriz Rodríguez López- [brodriguez@llyc.global](mailto:brodriguez@llyc.global)

Ana Saá - [ana.saa@llyc.global](mailto:ana.saa@llyc.global)

**EXCELTUR** - 915237600

Aránzazu Rubio- [comunicacion@exceltur.org](mailto:comunicacion@exceltur.org)