

Manifiesto

Por un turismo con propósito, responsable, inclusivo y regenerativo

“El turismo que todos queremos”



El rol esencial del turismo

Que el turismo es un pilar clave del desarrollo socioeconómico de España es una realidad incontrovertida, avalada tanto por su aportación al Producto Interior Bruto –en 2024 supuso el 13,1 % de toda la economía española–, como por su capacidad de generación de empleo, constatada en los más de 2 millones y medio de empleados que trabajaban en las actividades directamente relacionadas con el sector. De hecho, a efectos comparativos con otros sectores, los 208 mil millones de euros de actividad económica generados por el turismo en España en 2024 superaron los 170 mil de toda la industria manufacturera, casi triplicaron los 84 mil millones de la construcción y multiplicaron por más de 5 los del sector primario (40 mil).

Dentro de un contexto de normalización del comportamiento turístico tras la intensa recuperación posterior a la pandemia, las previsiones para 2025 apuntan un nuevo aumento de la contribución del turismo a la sociedad española, hasta alcanzar los 224 mil millones de euros de PIB.

Más allá de las cifras de generación de actividad económica, el turismo también actúa como fuente dinamizadora del bienestar social, proveyendo facilidades, infraestructuras y servicios a la sociedad local (de comunicación con otros territorios o de propuestas lúdicas, comerciales y culturales), creando oportunidades para el emprendimiento, y ejerciendo de tractor de la prosperidad de otras actividades en los destinos y sus áreas de influencia.

Pero por encima de todo, el turismo ha sido y debe seguir siendo, un elemento fortalecedor de la cohesión social y transformador de la mentalidad y hábitos de comportamiento e intercambio social de la población española. Una fuente de valores de apertura, integración europea y entendimiento entre culturas, que nos enriquece como sociedad y repercute positivamente en el carácter abierto necesario para afrontar los retos globales, como hemos disfrutado a lo largo de nuestra historia reciente.

A pesar de esta realidad incontestable, las positivas expectativas de la evolución de los flujos turísticos nos abren como sector nuevos retos irrenunciables respecto a la sociedad y el territorio que nos acoge. Desafíos respecto a una ciudadanía que, siendo receptora de los beneficios directos del turismo, reclama una mayor traducción en términos de bienestar y calidad de vida percibida, y una respuesta a los efectos indeseados provocados por un crecimiento a veces desordenado y poco gestionado bajo visiones de medio y largo plazo.

Los desafíos del sector en un contexto cambiante

Las empresas líderes del sector somos conscientes de la necesidad de abordar con una nueva visión y a través de los adecuados instrumentos de planificación, y gestión, bajo nuevos sistemas de gobernanza, los retos asociados al propio desarrollo turístico. Ámbitos que han de estar presente en las agendas de todos los que interactuamos en los destinos en los que operamos.

Nuevos desafíos que se extienden desde la progresiva saturación estacional de determinados destinos urbanos y vacacionales, la gentrificación que supone las dificultades de acceso a la vivienda en los centros de algunas ciudades y/o destinos turísticamente exitosos, el mayor cuidado y compromiso con la preservación de la base de recursos naturales o la relevancia de invertir en la mayor calidad del empleo generado y la general necesidad de luchar contra la oferta ilegal, que pervierte y deteriora tanto la calidad de las experiencias ofrecidas a los turistas, como su relación con la calidad de vida de la población.

Dar respuesta a esta realidad supone replantear gradualmente el desarrollo turístico hacia nuevos modelos que integren y avancen en la resolución de estos retos. Tenemos que ser conscientes que un país líder como es España y, en especial los destinos donde ya se acusan

estos fenómenos, se juega precisamente su condición de liderazgo en adecuar sus políticas y acciones para gestionarlos y recuperar el reconocimiento ciudadano con visión de largo plazo.

Desde EXCELTUR somos conscientes que el modelo turístico de una cantidad creciente de destinos no puede basarse en la afluencia de más turistas, en los mismos periodos y concentrados en los mismos lugares. Los resultados turísticos de 2024 han demostrado que se puede avanzar en un modelo sostenido sobre la inversión en la mejora de la propuesta de productos, asociados a turistas de mayor contribución socioeconómica, que propicien un mayor y un mejor empleo, de más productividad, formación y satisfacción percibida, a la vez que permitan una reducción de su huella ecológica y una mayor alineación con los valores y recursos locales.

Reforzar esta apuesta requiere de un renovado compromiso de todas las empresas e instituciones públicas sin excepción que integran la extensa cadena de valor turística en los diversos destinos, en favor de un sector más responsable, inclusivo, comprometido y regenerativo –“EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS”–. Un compromiso para trabajar conjuntamente y desde una perspectiva de largo plazo en elementos esenciales de nuestro éxito como sector a largo plazo, integrando una serie de aspectos clave centrados en:

- Las mejores condiciones laborales posibles de nuestros trabajadores en función de los hábitos de comportamiento de los que nos visitan, para elevar el reconocimiento social de las actividades y posiciones relacionadas con el turismo y poder atraer el talento necesario para prestar los servicios de mayor valor añadido y contribución social. Ello supone apostar por la máxima estabilidad contractual, el diseño de planes de carrera, el incremento de la remuneración acorde a la evolución del negocio y los costes de vida, siguiendo lo establecido en los convenios, propiciando las mejores condiciones de conciliación familiar y clima laboral.
- Las crecientes exigencias y regulaciones ambientales, dirigidas a preservar el capital natural y su biodiversidad, aplicando principios de circularidad y eficiencia energética, de forma que el turismo sea un vector de preservación y regeneración activa del territorio.
- La apuesta por una movilidad basada en el transporte colectivo (aéreo, marítimo y terrestre), la intermodalidad y formas de movilidad compartida, como el “alquiler de coches”, basados en la renovación continua de sus flotas hacia los más eficientes, en función de la tecnología disponible.
- Los profundos cambios en los hábitos de comportamiento, valores y necesidades sociales, que influyen en sus preferencias y actitudes vitales, tanto respecto a sus propios viajes como en su aproximación a los turistas que acoge en los barrios donde reside, con una preferencia creciente por la preservación y potenciación de sus identidades culturales.
- Las diversas y crecientes externalidades negativas de carácter socioeconómico, cultural y medioambiental que afectan a los valores identitarios y la percepción ciudadana sobre el turismo en algunos destinos y ciertos barrios. Problemas que tienen su origen en factores de carácter global (la escasez de vivienda, la transformación del comercio de proximidad, la creciente presión migratoria y la necesidad de responder con nuevas infraestructuras) en las que interviene el aumento de los visitantes y que requiere de respuestas complejas de naturaleza sistémica, respecto a las que los actores turísticos nos debemos posicionar y actuar.
- La madurez y en algunos casos obsolescencia de ciertas líneas de productos y espacios de los destinos españoles de sol y playa de primera generación (las “grandes fábricas turísticas”), que requieren de un esfuerzo inversor en la adecuación de infraestructuras y equipamientos básicos, para adecuarlas a las nuevas demandas sociales.
- Las necesidades de revitalización social y fijación de población de territorios de interior, en los que el turismo puede desempeñar un papel favorecedor de la generación de actividad y empleo para revertir su paulatino despoblamiento.

Un gran acuerdo de Estado para propiciar el turismo más deseable

Actuar frente a estos desafíos, diseñando y gestionando respuestas ambiciosas y con capacidad de transformación es una labor que va a necesitar implicar a muchos actores públicos y privados. Un conjunto de personas, colectivos e instituciones sin distinción de tamaños ni subsectores, de las extensas cadenas de valor que se integran en los distintos destinos turísticos urbanos, vacacionales y de interior de la geografía española.

Unos actores que deberán igualmente incorporar la transversalidad de factores y políticas que inciden sobre la actividad turística (el urbanismo, las infraestructuras, la vivienda, la energía, el medio ambiente, la seguridad, la cultura o la educación).

La necesidad de abordar este reto, a la vez que su complejidad, aconsejan una actuación conjunta y coordinada, a través de un gran acuerdo de Estado por este mejor turismo, que tenga su traslación en actuaciones consensuadas a nivel regional y local.

Un acuerdo que apueste por una mayor prioridad en favor del turismo, para la aplicación de nuevas políticas turísticas más ambiciosas, que integren todos aquellos factores que inciden sobre su contribución a la ciudadanía. Asumir este reto supone abrir un diálogo de los distintos actores públicos y privados, incorporando los diversos colectivos y sensibilidades de las poblaciones locales, para definir el posicionamiento turístico que permita mejorar su contribución al progreso y bienestar de los ciudadanos.

El compromiso del sector

Desde esta visión y con el ánimo de contribuir a promover este proceso de reflexión y evolución del modelo de desarrollo turístico español, los líderes turísticos que encabezan las empresas afiliadas a EXCELTUR, junto con todos aquellos que se nos quieran sumar, queremos trasladar nuestro compromiso en trabajar para su consecución.

Porque es necesario promover un diálogo abierto y transparente entre los responsables públicos y empresariales y los colectivos ciudadanos, especialmente de los lugares más afectados por las externalidades turísticas negativas, para plantear y aplicar las soluciones necesarias que sigan manteniendo un balance en favor de sus múltiples externalidades positivas.

Porque, pensando en un futuro mejor para la sociedad, sentimos que el turismo debe evolucionar y enriquecer su contribución y, en consecuencia, su relato como sector, recalcando no sólo su favorable generación de actividad económica, sino valorando, desde la visión más holística, el mencionado balance entre sus notables externalidades positivas y aquellas negativas que es necesario reducir, procurando que las nuevas estrategias de desarrollo turístico se traduzcan en niveles de prosperidad creciente para la ciudadanía.

Con este propósito, desde EXCELTUR presentamos a la sociedad española el presente manifiesto, como una declaración de compromisos para avanzar hacia los nuevos modelos de turismo más responsables, inclusivos y regenerativos. El manifiesto que desarrollan estas páginas concreta un elenco de iniciativas estructuradas en torno a 5 grandes ejes de trabajo, en los que sentimos debe centrarse la acción a futuro.

Ámbitos en los que proponemos trabajar de forma conjunta, a través de un programa de trabajo que permita trasladar códigos de conducta, concretados en buenas prácticas que alumbrén un futuro mejor del turismo para la sociedad.

Con este objetivo invitamos a sumarse a esta iniciativa al mayor número de actores públicos y privados, sin distinción de tamaño, ubicación o ideología, para progresar hacia nuevas políticas

turísticas, prácticas empresariales y fórmulas de gobernanza público-privada que faciliten ese turismo más inclusivo, responsable y comprometido.

Desde EXCELTUR estamos convencidos que se trata de un fin de todos los que componemos la cadena de valor del turismo, en el que solo pretendemos ser el detonante de un proceso que aglutine esa suma de imprescindibles esfuerzos colectivos de carácter no solo empresarial, sino públicos, en la dirección más consensuada y convergente posible.

NUESTRA DECLARACIÓN DE INTENCIONES Y COMPROMISOS

1. Trabajar estrechamente con las administraciones para objetivar y analizar con rigor los efectos de la afluencia de visitantes sobre los elementos clave de la calidad de vida de los residentes y adoptar las medidas necesarias para equilibrar el deseable desarrollo turístico con su cuidado y preservación.
2. Salvaguardar y promover los valores y rasgos de la identidad cultural y formas de vida de la población residente en las zonas turísticas, favoreciendo su desarrollo para evitar su despersonalización.
3. Propiciar las mejores condiciones laborales y propuestas de valor sectorial que hagan más atractivas las posiciones relacionadas con la cadena de valor turística a todos los niveles y en especial para los colectivos con mayores problemas de inserción laboral, favoreciendo medidas para generar un buen clima laboral y la máxima satisfacción de los trabajadores.
4. Promover la mayor concienciación y compromiso con la protección medioambiental y paisajística de los destinos, favoreciendo las prácticas y comportamientos de empresas y visitantes que promuevan la reducción de su huella ambiental.
5. Impulsar con visión transversal fórmulas jurídicas ágiles y flexibles de gobernanza turística público-privada que desde el mayor consenso e involucración de todos los agentes y colectivos de la sociedad civil aseguren la mejor gestión y planificación hacia un turismo responsable, inclusivo y regenerativo.

1. OBJETIVAR LA SATURACIÓN DE ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS, Y ORIENTAR SOBRE LAS ESTRATEGIAS Y ACCIONES MÁS DESEABLES PARA SU GESTIÓN Y EVENTUAL REDUCCIÓN

Para contribuir a evitar progresivamente la saturación de espacios públicos, servicios e infraestructuras, que afectan a la calidad de vida de los residentes y su percepción de las bondades del desarrollo turístico, nos comprometemos a:

- A. Generar un conocimiento innovador, riguroso y preciso sobre las capacidades de carga y acogida ciudadana en relación con el turismo
 1. Desarrollando, apoyando y analizando sistemas de escucha ciudadana para valorar su percepción y satisfacción con respecto a la incidencia del turismo en su calidad de vida, su entorno y en la generación de oportunidades de progreso.

2. Promoviendo estudios y nuevos indicadores que objetiven la situación de la presión turística en los destinos y puedan establecer con más precisión los objetivos deseables de visitantes, volumen y estructura de plazas alojativas por tipologías, sistemas de movilidad, para adecuar la dotación de servicios e infraestructuras con las que mitigar sus efectos sobre los residentes.
 3. Incorporando al debate la visión de expertos, entre ellos externos a las distintas zonas de reflexión, para promover planteamientos profesionales y basados en el mayor conocimiento, que permitan enriquecer el análisis e integrar todas las variables para emprender las acciones más adecuadas, con visión de largo plazo.
- B. Colaborar en el desarrollo de instrumentos para planificar y gestionar la presión turística, así como orientar las mejores estrategias de desarrollo futuro
4. Participando activamente con las instituciones públicas en los procesos de debate y su plasmación efectiva en instrumentos de ordenación y gestión de las políticas turísticas nacionales, regionales y locales de los distintos destinos turísticos, abarcando aspectos como el alojamiento, el transporte discrecional de pasajeros y los cruceros, entre otros.
 5. Trabajando en reducir la estacionalidad a través de la inversión en la mejora y reposicionamiento de una oferta diferenciada y dotada de atributos, instalaciones y servicios que permita alargar en el tiempo la atracción de la demanda, con sus consecuentes repercusiones en un empleo de mayor valor, más estable y duradero.
 6. Respaldando los instrumentos para garantizar la adecuada ordenación y el máximo control institucional para evitar cualquier caso de intrusismo y oferta ilegal. Especialmente en aquellos elementos generadores de mayor presión sobre los destinos:
 - a. Conversión de viviendas en alojamientos turísticos.
 - b. Existencia de ilegalidad en el resto de las tipologías alojativas.
 - c. Utilización de medios de transporte privados sin las debidas licencias, como los taxis piratas.
 - d. Venta ilegal de réplicas e imitaciones.
 - e. Desarrollo de propuestas de ocio, sin las debidas autorizaciones y sistemas de seguridad (*party boats*, raves clandestinas, ...)
 7. Facilitando la implementación de medidas normativas, tecnológicas y humanas que permitan gestionar con mayor fluidez los flujos turísticos en tiempo real en los espacios, infraestructuras y recursos naturales y culturales de cada destino.
 8. Apoyando el diseño y la puesta en valor de planes de desarrollo y nuevas propuestas e instalaciones turísticas en zonas o barrios de potencial interés turístico, en aras de ayudar a descongestionar los lugares de mayor afluencia en los espacios.
- C. Introducir medidas para atraer los flujos turísticos de los perfiles más alineados con los valores de la responsabilidad social, el compromiso ambiental y el respeto a modo de vida de las sociedades locales
9. Reposicionando y promoviendo la oferta turística hacia los valores y señas de identidad de la cultura local y favoreciendo su promoción en los segmentos de demanda más comprometidos con su preservación y la generación del mayor valor añadido local.
 10. Apoyando el control y limitación del turismo de excesos que perjudica la imagen y reputación turística global de España, y la propia percepción ciudadana del valor del turismo en ciertas ciudades y destinos vacacionales.

11. Promoviendo y comunicando a los turistas que asuman códigos cívicos de conducta durante su estancia en los destinos, preservando y colaborando en la limpieza, la eliminación de ruidos, el cuidado de los espacios públicos y los valores y patrimonio cultural, a través de las empresas que componen la cadena de valor turística y los gestores de los destinos.

D. Desarrollar actuaciones de compensación para los ciudadanos residentes

12. Bonificando a residentes el consumo en la extensa cadena de valor de servicios turísticos locales.
13. Estableciendo sistemas de acceso preferente de residentes a espacios e instalaciones turísticas.
14. Consensuando, con gobiernos autonómicos y locales donde inevitablemente se apliquen tasas turísticas, que los ingresos de éstas revertan exclusivamente, bien en la mejora de la calidad de vida del residente, o en acciones que mejoren la experiencia final de aquellos turistas de mayor valor añadido para cada uno de los destinos.

2. SALVAGUARDAR Y PROMOVER LOS VALORES Y RASGOS QUE CONFORMAN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS DESTINOS Y EVITAR SU BANALIZACIÓN

Preservar la autenticidad y los valores diferenciales e identitarios de carácter cultural y paisajístico tanto para mejorar los niveles de calidad de vida de la población local, como para reforzar la competitividad diferencial con la que atraer a los mejores visitantes que los aprecian y valoran la mejor acogida ciudadana.

Para contribuir a salvaguardar la identidad y los valores esenciales y diferenciales de los distintos destinos turísticos, nos comprometemos a:

- A. Procurar el equilibrio de la implantación del conjunto de la oferta y demanda turística con el mantenimiento de la vida local, evitando ampliar su concentración en los lugares ya consolidados, para no generar situaciones de sobresaturación, masificación y posibles conflictos entre residentes y turistas.
- B. Defender y apoyar la aplicación de normativas basadas en análisis objetivos y rigurosos dirigidas a evitar situaciones de “sobre turismo”, que puedan expulsar al residente (gentrificación) al dificultar su acceso a la vivienda en alquiler o propiedad en zonas turísticas.
- C. Procurar evitar campañas de promoción turística que puedan atraer un turismo indeseable por su baja calidad y escasa contribución social, o por el desarrollo de comportamientos incívicos, que no respeten el entorno y el descanso y modo de vida de los residentes .
- D. Promover iniciativas empresariales que, bajo la más estrecha colaboración público-privada, favorezcan la mejor puesta en valor del patrimonio natural y cultural, salvaguardando y conservando los centros históricos, evitando su banalización y pérdida de identidad.
- E. Promover patrocinios empresariales y públicos de elementos deportivos, culturales y lúdicos que realcen los valores y elementos propios de la vida local.
- F. Vigilar y proteger de su deterioro y degradación infraestructuras y servicios básicos de uso cotidiano, tanto por turistas como también por residentes (Ej. aceras y paseos con desperfectos, pintadas en edificios, equipamientos vandalizados, basura sin recoger...etc.).

- G. Promover e incentivar la preservación de los establecimientos históricos de comercio tradicional local, evitando su desaparición frente a una oferta más global, estandarizada y despersonalizada, como la ya existente en múltiples otros países/destinos.
- H. Promover la contratación de proveedores que ofrezcan productos de “km0” tanto por su menor huella ecológica como, sobre todo, para inducir los mayores efectos socioeconómicos positivos y de arrastre del turismo sobre el conjunto del tejido empresarial y el empleo local.
- I. Colaborar con las comunidades locales o entidades sociales impulsando proyectos sociales a favor de colectivos desfavorecidos.
- J. Impulsar iniciativas público-privadas que doten a los destinos de más capacidades tecnológicas/ digitales y humanas para, entre otras, promover las características singulares y diferenciales de su oferta local y contribuir a la mejora de la competitividad de las pymes que la sustentan.

3. PROPICIAR LAS MEJORES CONDICIONES LABORALES Y PROPUESTAS DE VALOR SECTORIAL, QUE GENEREN UN RECONOCIMIENTO SOCIAL Y ATRACTIVO DE LAS POSICIONES TURÍSTICAS

Ofrecer a todos nuestros empleados, no solo una oportunidad de desarrollo profesional, sino también un entorno donde encuentren satisfacción y oportunidades de crecimiento personal, que permitan atraer y retener el mejor talento.

Para contribuir a propiciar las mejores condiciones laborales y propuestas de valor sectorial posibles para los profesionales del sector, nos comprometemos a:

- A. Impulsar la mayor estabilidad en el empleo cuando las circunstancias de la prestación de servicios lo permitan
 - 1. Priorizando en la medida de lo posible, la contratación directa y los contratos indefinidos, adaptados a las necesidades/peculiaridades específicas y temporales de la actividad turística.
 - 2. Trabajando donde sea factible, por promover nuevas propuestas turísticas que alarguen en todo lo posible las temporadas y reduzcan la estacionalidad, aportando una mayor estabilidad del empleo en el tiempo.
- B. Promover las políticas de retribución más equitativas basadas en la valoración del desempeño y tomando en cuenta las condiciones del entorno
 - 3. Vigilando el fiel cumplimiento legal propio, como mejor ejemplo a seguir por terceros, de los estándares salariales establecidos en los convenios colectivos acordados con los trabajadores.
 - 4. Promoviendo planes de carrera basados en escalas y objetivos salariales vinculados a la productividad y el desempeño.
 - 5. Incorporando en la retribución, siempre que la posición lo permita, otros conceptos asociados a la consecución de la excelencia turística y generación de nuevos ingresos, tales como comisiones por ventas, *service charge* y pluses por jornadas de turnos partidos.
 - 6. Facilitando, en la medida de lo posible, incentivos para lograr condiciones dignas de habitabilidad en los destinos con dificultades de acceso a una vivienda, a precios asequibles.

7. Estudiando e implementando medidas para eliminar progresivamente la brecha salarial.

C. Facilitar la conciliación de la vida familiar y privada

8. Procurando la implementación de medidas de conciliación adaptadas a la realidad de la posición y la prestación de servicios requerida, dentro de las condiciones horarias y presenciales que exigen la mayor parte de los puestos de trabajo de las actividades turísticas,
9. Mejorando, de ser factible, la planificación de la actividad laboral del trabajador, facilitando con la mayor anticipación posible la información sobre la organización de turnos y horarios.

D. Promover una formación y cualificación excelente en todos los escalones de la cadena educativa

10. Impulsando programas de formación y capacitación específicos para las distintas posiciones dentro del sector turístico que faciliten la promoción interna, valorando especialmente la acreditación de títulos vía experiencia laboral, elevando así el prestigio interno y externo del trabajador.
11. Fomentando la "Formación Profesional Dual" que faciliten los procesos de inserción en el mercado laboral desde los ciclos formativos.
12. Diseñando programas de becas para el desarrollo de nuevas habilidades y competencias, especialmente para trabajadores temporales, considerando este tiempo como jornada laboral cotizable.
13. Fortaleciendo alianzas y eventuales patrocinios con colegios, universidades, centros de formación y entidades sociales o fundaciones dedicadas a la formación, cualificación e integración laboral.
14. Propiciando una mejor y más amplia comprensión del cada día más amplio y sofisticado abanico de perfiles profesionales que demanda el sector (pilotos, ingenieros, programación /gestión del dato, redes sociales, marketing ...) y no solo los más tradicionales de la hostelería, considerando el creciente impacto que sobre los mismos y sus capacidades tendrán las nuevas tecnologías y especialmente la IA.

E. Fomentar un ambiente laboral positivo y saludable para el bienestar de los empleados

15. Reforzando e impulsando iniciativas para promover la seguridad y la salud de los empleados.
16. Estableciendo mecanismos para valorar su satisfacción laboral.
17. Facilitando una participación más activa de los empleados, estableciendo canales para que puedan expresar sus opiniones y sugerencias.
18. Promoviendo las dinámicas de colaboración interdepartamental y de trabajo en equipo.

F. Favorecer la diversidad e inclusión en el entorno laboral

19. Favoreciendo la diversidad e inclusividad laboral, valorando y respetando las diferencias.
20. Facilitando la igualdad de oportunidades, y evitando cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, nacionalidad, origen social, edad, estado civil, orientación sexual, ideología, religión o cualquier otra condición.

G. Impulsar la integración laboral de personal local y de colectivos desfavorecidos

21. Priorizando la contratación de personal local, contribuyendo así al desarrollo social y económico del entorno más próximo donde discurre la actividad, siempre que sea posible.
22. Contratando personas de los diversos colectivos en riesgo de exclusión o que representan minorías y/o personas desfavorecidas, fomentando así la diversidad e inclusión.
23. Fomentando el desarrollo profesional de perfiles con menos oportunidades de adquirir nuevas capacidades y conocimientos.

H. Trabajar en favor de la atracción del futuro talento

24. Favoreciendo la mejor orientación sobre las oportunidades de desarrollo personal que puede brindar el turismo, dirigida a las nuevas generaciones que estén barajando donde puedan estar sus mejores opciones de futuro (en colegios, institutos, escuelas de formación profesional, universidades y oficinas de empleo).

4. PROMOVER LA MAYOR CONCIENCIACIÓN Y COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL PARA LA PROTECCIÓN DE NUESTROS RECURSOS NATURALES y LA REDUCCIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL

Impulsar la responsabilidad de trabajar para reducir la huella ambiental y luchar contra el cambio climático, a través de las medidas más ambiciosas que sean viables para incrementar la eficiencia energética y promover la descarbonización, reducir el consumo de agua e impulsar su reciclaje y reutilización, favorecer la preservación de los hábitats naturales y de la biodiversidad, invertir en la reducción y gestión circular de los residuos, acompañado de la mayor apuesta por la adquisición de productos de proximidad.

Para contribuir a promover la mayor concienciación y compromisos posibles para la protección medioambiental, nos comprometemos a:

A. Impulsar la reducción de la huella ambiental

1. Fomentando la inversión en tecnologías para consolidar el uso de energías renovables y la autogeneración de energías limpias y en la adquisición/renovación de la maquinaria y equipos más eficientes para reducir el volumen de emisiones a la atmósfera.
2. Potenciando la colaboración público-privada para promover e impulsar la I+D+i en tecnologías sostenibles aplicadas a las actividades de las empresas turísticas.
3. Asumiendo el reto de reducir las emisiones, a través de criterios científicos, como es el caso de la iniciativa SBTi (*Science Based Targets Initiative*), diseñada en los casos que resulta factible, para tratar de anticiparse a la descarbonización prevista para 2050.
4. Apostando y acelerando el uso de alternativas de transporte colectivo con bajas emisiones de carbono, como el barco, el tren, los autobuses y el avión; así como el transporte compartido privado vía el alquiler de coches, conformados por empresas con el firme compromiso de renovar sus flotas hacia vehículos más eficientes y de un menor nivel de emisiones, en base a la tecnología más avanzada disponible en cada momento. En este aspecto cabe señalar:

- El menor nivel de emisiones de CO₂ del parque de las empresas de Rent a car respecto al transporte privado individual, desempeñando un papel clave en la extensión territorial del gasto turístico.
 - El esfuerzo en descarbonización de las empresas de transporte aéreo y marítimo, altamente comprometidas con el cumplimiento de los objetivos de la iniciativa legislativa de la UE "Fit for 55" y sometidas a unos sobrecostes vinculados al régimen EU ETS (Emissions Trading System). Su condición de compañías estratégicas para el resto del sector turístico, a la vanguardia en la inversión y utilización de los equipos y carburantes más sostenibles y eficientes aconsejan no penalizar sus operaciones con tasas e impuestos adicionales, y fomentar su acceso a carburantes sostenibles.
5. Incentivando la producción y acceso de biocarburantes tipo *SAF (Sustainable Aviation Fuel)* la fórmula más rápida y eficiente con las tecnologías actuales para descarbonizar la aviación comercial, un medio de transporte clave del turismo internacional (especialmente para acceder a los destinos insulares).
 6. Intensificando la eficiencia en la gestión de los diversos medios, servicios e infraestructuras de transporte, vía la digitalización de los servicios multimodales más eficientes que contribuyan a una movilidad "*friction less*" de pasajeros y turistas. Ello facilitará además una información más transparente sobre precios, emisiones de CO₂..., optimizando los flujos de pasajeros y sus conexiones.
 7. Promoviendo la edificación y renovación de establecimientos turísticos posibles existentes, bajo parámetros de neutralidad en emisiones de carbono, a través de la construcción con los materiales y sistemas más eficientes y de menor contaminación.
 8. Promoviendo medidas para reducir el consumo de agua en las actividades turísticas y mejorar los sistemas de purificación y reutilización, con el objetivo de limitar la presión sobre unos recursos hídricos que, en muchos destinos, son cada vez más escasos.
- B. Optimizar la gestión de residuos y promover la circularidad y el consumo de proximidad
9. Reduciendo la generación de residuos y consolidando el mayor cumplimiento de los objetivos UE en tasas de reciclaje, asegurando el tratamiento de todos los residuos peligrosos y fomentando la reutilización y la búsqueda de alternativas de residuo cero.
 10. Minimizando la pérdida o el desperdicio alimentario, adoptando medidas internas de mejora en la producción, gestión y formación, e identificando buenas prácticas para su generalización.
 11. Impulsando iniciativas conjuntas para fomentar la circularidad del sector turístico, trabajando en la mayor colaboración posible con nuestros proveedores y socios.
 12. Apoyando y reforzando al máximo las relaciones con el sector primario, promoviendo la compra de productos con origen y procedencia responsables y de KM 0, y facilitando así su papel como preservadores del atractivo del paisaje natural y la cohesión territorial del "hinterland" de los destinos.
- C. Promover la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas
13. Impulsando proyectos conjuntos de interés general para la conservación y regeneración de los elementos de la base natural de los destinos.
- D. Avanzar en la medición, comunicación y concienciación

14. Promoviendo la medición y comunicación periódica de todos los avances en los objetivos medioambientales manifestados, tales como la huella de carbono, la gestión y consumo hídrico, la generación y tratamiento de residuos y la preservación de los ecosistemas naturales.
15. Fomentando el seguimiento y difundiendo periódicamente las mejores prácticas en estos ámbitos entre los diferentes subsectores y tipologías de empresas de todo el ecosistema y cadena de valor turística.
16. Incrementando las actividades y vehículos de comunicación destinados a concienciar y educar en materia ambiental a los turistas, empleados, colaboradores y representantes civiles de las comunidades donde operamos. A través de estas iniciativas, presentaremos de manera clara, periódica y accesible, los compromisos adquiridos y los avances alcanzados en materia de sostenibilidad a corto, mediano y largo plazo.

E. Mejorar la accesibilidad de los destinos para colectivos con dificultades

17. Favorecer la mejor planificación e inversión en sistemas e infraestructuras para facilitar la accesibilidad a los destinos para personas con discapacidad.

5. IMPULSAR CON VISIÓN TRANSVERSAL DE MEDIO Y LARGO PLAZO, FÓRMULAS JURÍDICAS ÁGILES Y FLEXIBLES DE GOBERNANZA TURÍSTICA PÚBLICO-PRIVADA

El carácter transversal de la actividad turística y sus implicaciones sobre múltiples ámbitos del metabolismo de los destinos demanda una involucración activa de todos los agentes en su gobernanza. Los retos de los destinos para garantizar un mayor equilibrio entre el turismo y la preservación de la vida local deben afrontarse desde la mayor participación ciudadana, a través de sistemas avanzados de gestión. Modelos basados en instituciones en las que puedan intervenir los actores locales y puedan tomar decisiones fundamentadas en el mejor conocimiento y el mayor talento, para que el turismo beneficie su calidad de vida y sea visto como un factor generador de prosperidad y comprometido con sus valores de respeto ambiental y cohesión social.

Para contribuir a impulsar esa nueva gobernanza turística nos comprometemos a:

A. Promover la creación de nuevas entidades u órganos de verdadera cogestión público-privada, tanto para impulsar las acciones para atraer la demanda más segmentada interesante y alineada con los valores locales, como para el diseño y desarrollo de la oferta turística experiencial de mayor valor para los destinos. Entidades ya existentes en muchos otros destinos, basados en fórmulas jurídicas que permitan la cogestión público privada y la contratación del mayor talento profesional para el desarrollo y aplicación de hojas de ruta estratégicas, elaboradas con una visión transversal y de medio y largo plazo.

Estrategias a medio y largo plazo que recojan la visión consensuada de los diferentes actores involucrados: turistas, población residente, empresarios, trabajadores y autoridades, sobre el modelo turístico más deseable para el destino. Planteamientos que se doten de la financiación suficiente para poder abordar los compromisos económicos necesarios para ese nuevo sistema de reflexión y gestión.

B. Considerar la creación de “Consejos Turísticos Ciudadanos”, formados por representantes de las comunidades de vecinos, autoridades locales y diferentes operadores del sector, con objetivo de conciliar los distintos intereses en barrios/zonas tensionadas tanto de ciudades, como de destinos turísticos maduros, para adecuar la dotación de infraestructuras, sistemas de movilidad y gestión del entorno, además de capacidades turísticas de las zonas.

C. Impulsar el diseño conjunto e implementación de Planes directores de turismo, como herramientas estratégicas, para gestionar y guiar el desarrollo turístico planificado a medio y largo plazo.

D. Impulsar y acelerar la evolución y transformación competitiva de las pymes, para que puedan ganar tamaño y economías de escala con las que mejorar sus propuestas de valor.

E. Fomentar un mayor y mejor reconocimiento e integración del papel clave que juega oferta de ocio, compuesta mayormente por empresas locales que proveen servicios que confieren la capacidad de diferenciación y atractivo experiencial a los destinos. Este papel recomendando su inclusión en los programas de avance competitivo del destino y de esfuerzo por desarrollar un mayor compromiso social y ambiental.

F. Recurrir a entidades independientes, que aportan credibilidad y objetividad, para medir y comunicar periódicamente los resultados de estos nuevos paradigmas de gestión, para evaluar el desempeño de los diversos destinos turísticos en términos de su sostenibilidad, la satisfacción y empatía de los residentes y la calidad de la experiencia percibida por los turistas. Indicadores todos ellos fundamentales para poder realizar ajustes y mejoras continuas en las políticas turísticas que rijan la gestión de los destinos para cumplir con los objetivos planteados, de lograr un turismo más responsable, inclusivo y regenerativo.

EL MANIFIESTO SE RESUME EN ESTOS 10 PRINCIPIOS BÁSICOS

10 PRINCIPIOS BÁSICOS para poder avanzar hacia el turismo que todos queremos

1 Conocer para mejorar

- Partir de un análisis objetivo y riguroso del posicionamiento turístico actual de los destinos, comenzando en cada caso por su presión turística, para redefinir y consensuar los objetivos, políticas y actuaciones más realistas y deseables de futuro.
- Generar una mejor información en tiempo real, con indicadores sociales y más cualitativos que aproximen el éxito turístico y su contribución ciudadana de otra manera.
- Incorporar la visión de respetados expertos externos que enriquezcan los debates y limiten las endogamias locales.

2 Dialogar para convivir

- Escuchar, cada día más, la opinión ciudadana constructiva de los residentes en los destinos, para incorporar su visión y compromisos en la identificación y gestión de los flujos más deseables para la comunidad.
- Procurar su complicidad, para diversificar y poner en valor otros recursos hoy desaprovechados en cada destino y realzar su identidad diferencial.
- Trabajar en la mayor concienciación de los visitantes, antes y durante su estancia, en el máximo respeto por los valores culturales e identitarios de los destinos y sus entornos, evitando el turismo de excesos.

3 Preservar para conservar lo auténtico

- Respalda e impulsar, por parte de los diferentes actores sociales y del sector privado, las actuaciones más decididas de las administraciones públicas competentes, para evitar la ilegalidad e intrusismo en su sentido más amplio. En especial, la gentrificación y banalización de los barrios, provocadas por el creciente y difícil acceso a la vivienda en zonas turísticas.
- Colocar e integrar los valores singulares de la cultura local y su patrimonio natural en el centro de las estrategias turísticas.
- Apoyar planes de protección urbanística para el patrimonio artístico e incentivar la conservación de los establecimientos de comercio locales más históricos. En paralelo, salvaguardar los que presten los mejores servicios de conveniencia a los residentes en sus entornos.

4 Compartir para compensar

- Alcanzar un consenso con las distintas administraciones respecto de los efectos deseados de una potencial implantación de tasas turísticas, en especial en cuanto a los mínimos efectos disuasorios para reducir afluencia, que pueden realmente esperarse de ellas. Evitar asociarlas, a su vez, como una mera penalización empresarial compensatoria que pueda mermar la competitividad y/o no contemple el balance de las múltiples externalidades positivas que también genera el sector.
- En todo caso, cualquier tasa finalmente implantada no puede ser compensatoria del sistema de financiación vigente para los municipios turísticos. Esos recursos, sujetos a la más consensuada asignación público-privada, deben revertir en mejorar la calidad de vida del residente y/o de la experiencia del turista que más valor añadido aporte a la comunidad o destino.
- Asimismo, promover la contratación de proveedores locales "km 0" para impulsar al máximo el tejido socioeconómico y el empleo de proximidad, junto a la colaboración con las comunidades

locales y en los proyectos sociales a favor de colectivos desfavorecidos., todo ello para aportar al mejor desarrollo social y económico del entorno.

5 Colaborar para transformar

- Impulsar nuevos instrumentos de ordenación y gestión de las políticas turísticas nacionales, regionales y locales. Respalda el control y persecución institucional de cualquier tipo de intrusismo y sus prácticas irregulares, especialmente de las viviendas turísticas.
- Desarrollar propuestas empresariales que, con sus oportunos apoyos públicos, faciliten inversiones en equipamientos turísticos de diversa índole, que ayuden tanto a descongestionar los lugares más tensionados como a generar nuevos atractivos que extiendan las oportunidades de reposicionamiento y desestacionalización de los destinos.

6 Dignificar para atraer

- Avanzar para ofrecer aquellas condiciones laborales que tengan cada día más en cuenta un salario emocional que facilite poner en el mayor valor el trabajo de los profesionales del sector turístico y su aportación a la sociedad, para enaltecer su prestigio, autoestima y sentimientos de pertenencia al sector.
- Desarrollar, entre otros y por su relevancia, programas de formación dual y cualificación que impulsen el mejor desarrollo de carrera de los profesionales del sector a todos los niveles.
- Impulsar igualmente la mejora de ese salario emocional a través de políticas de conciliación, equidad e inclusión, contratación directa y reducción de la estacionalidad laboral.

7 Optimizar para cuidar

- Seguir invirtiendo prioritariamente en energías renovables que aseguren la mayor eficiencia ante el reto de reducción de emisiones.
- Acelerar la implantación de alternativas de transporte colectivo con bajas emisiones -como barco, tren, autobús, avión o coches de alquiler-, todas ellas ya inmersas en notables esfuerzos e inversiones en pro de esta causa y que son referencia en Europa.
- Promover la edificación sostenible, procurando establecimientos netos de emisiones y la construcción con materiales eficientes y de baja contaminación.
- Intensificar las medidas para reducir el consumo y mejorar la reutilización de agua, además de seguir potenciando el reciclaje y minimizar el desperdicio alimentario.

8 Anticipar para solucionar

- Avanzar en estrategias que reduzcan la congestión y contribuyan a la desestacionalización, abriendo nuevas zonas y creando una oferta atractiva y experiencial distinta.
- Promover medidas y normativas tecnológicas para gestionar con fluidez y en tiempo real los movimientos turísticos dentro de los destinos.
- Diseñar una nueva oferta, mejor orientada a captar los segmentos de turistas más deseables y de mayor valor añadido.
- Evitar campañas de promoción basadas en dumping de precios bajos y/o atraer turismo de excesos a los distintos destinos españoles.

9 Innovar para gestionar

- Impulsar proyectos conjuntos entre el sector público y privado enfocados al desarrollo de nuevas tecnologías para generar y gestionar actividades turísticas más responsables y sostenibles.
- Abordar la promoción de iniciativas que doten a los destinos de más capacidades tecnológicas y/o digitales que refuercen la promoción de las características singulares de su oferta local.

10 Unir para avanzar

- Resulta fundamental, en esta deseable nueva hoja de ruta para promover la gradual evolución y transformación del sector turístico español, 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 imprescindibles consensos para aspirar a un gran pacto de Estado con el mayor respaldo de las CC. AA. que, para un sector amable, deseado por todos a lo largo de España y frecuentemente etiquetado como el sector de la felicidad, permita superar cualquier confrontación de carácter ideológico o político que obstruyese poder avanzar.
- Es decir, nuevos procesos que permitan generar sinergias, replantear prioridades y restablecer equilibrios sociales, impulsando el crear organismos mixtos que, con los mayores recursos y compromisos recíprocos, jurídicamente permitan abordar la más eficaz y gradual cogestión turística público-privada.