

NOTA DE PRENSA

Se presenta Turismo que Suma, el mayor movimiento conjunto del sector turístico para impulsar un turismo de mayor valor

- *Más de 80 empresas, asociaciones y administraciones públicas impulsan una movilización inédita para promover un turismo más responsable, integrado en los territorios y capaz de generar más valor para residentes y visitantes.*
- *El Ayuntamiento de Madrid acoge el acto central de lanzamiento con la participación del alcalde José Luis Martínez-Almeida, el presidente de EXCELTUR y representantes de la Comunidad de Madrid y las principales patronales del sector turístico español.*

Madrid, 3 de julio de 2026. Empresas, asociaciones y administraciones públicas de España han presentado hoy [Turismo que Suma](#), una iniciativa nacida para promover un turismo capaz de generar más valor para los territorios, contribuir al bienestar de los residentes y reforzar el papel que desempeña el turismo en el desarrollo económico y social del país.

Promovida por Exceltur y respaldada por más de 80 entidades públicas y privadas, la iniciativa se desplegará de manera coordinada en destinos de toda España, reuniendo por primera vez a empresas, asociaciones y administraciones en torno a una visión compartida sobre el futuro del turismo. El acto central se ha celebrado en Madrid con la presencia del alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, junto al presidente de EXCELTUR, Juan Ortí, y el Viceconsejero de Turismo de la Comunidad de Madrid, Luis Martín Izquierdo, y representantes de las principales patronales del sector turístico español.

La iniciativa cuenta con la participación de las 33 empresas de EXCELTUR líderes del sector, las principales asociaciones empresariales, destinos turísticos como Madrid y comunidades autónomas adheridas, como la Comunidad de Madrid, con el objetivo de articular una respuesta conjunta ante los retos actuales del turismo y promover una conversación más equilibrada, basada en datos, compromisos y buenas prácticas frente a la opinión pública.

Almeida ha reivindicado el turismo como "un sector de valor añadido para la economía española y madrileña" y ha defendido un modelo en el que lo importante sea "cuál es el impacto positivo de los que vienen" y no únicamente el número de visitantes. Asimismo, ha asegurado que Madrid se identifica "plenamente con el espíritu de la campaña" y ha subrayado la importancia de preservar la identidad de la ciudad, porque "perder nuestras raíces es perder nuestra riqueza" y Madrid debe seguir siendo "una ciudad con personalidad propia", ya que "solo siendo la mejor ciudad para vivir, seremos la mejor ciudad para visitar".

Por su parte, el presidente de Exceltur, Juan Orti, ha destacado la importancia de impulsar una iniciativa capaz de reunir a empresas, asociaciones y administraciones en torno a una visión compartida sobre el futuro del turismo y su contribución al desarrollo económico y social del país.

El presidente de EXCELTUR ha destacado "Turismo Que Suma persigue responder con ejemplos concretos de casos de éxito al reto de generar un turismo de mayor valor, contribución social y compromiso ambiental, que fomente el equilibrio con la preservación de la calidad de vida en los destinos. Un objetivo compartido por empresas

y administraciones que quieren trasladar su esfuerzo conjunto a la sociedad para reforzar nuestro reconocimiento como sector.”

Un lanzamiento coordinado en toda España

El lanzamiento de Turismo que Suma se está desarrollando de manera coordinada en destinos turísticos de toda España, donde administraciones, empresas y asociaciones están presentando su adhesión a la iniciativa y su compromiso con un modelo turístico capaz de generar más valor económico, social y territorial.

Además de Madrid, la iniciativa se irá desplegando en destinos turísticos adheridos de Cataluña, Comunidad Valenciana, Canarias, Baleares, Andalucía y Cantabria, entre otros. Esta activación conjunta refleja una visión compartida sobre el futuro del turismo: una actividad que constituye una de las grandes fortalezas económicas y sociales de España y que debe seguir evolucionando para generar más valor para los territorios, responder a los retos que afrontan algunos destinos y reforzar su contribución al bienestar de la sociedad.

Una respuesta colectiva a un nuevo contexto

La iniciativa surge en un momento en el que el turismo ocupa un lugar cada vez más relevante en el debate público. Cuestiones como la presión sobre las infraestructuras, el crecimiento desordenado de las viviendas de uso turístico, la gestión de los flujos de visitantes o la necesidad de avanzar hacia un modelo de desarrollo turístico de mayor valor añadido han situado al sector en el centro de la conversación social.

Frente a este escenario, Turismo que Suma propone una respuesta basada en la colaboración entre administraciones y empresas para impulsar un modelo turístico que siga siendo una fuente de prosperidad y oportunidades para España, al tiempo que contribuye a afrontar los retos que experimentan algunos destinos y genera cada vez más valor para residentes, empresas y visitantes.

La iniciativa se articula en torno a un [manifiesto](#) compartido y un conjunto de compromisos orientados a promover prácticas más responsables, reforzar la transparencia, impulsar la sostenibilidad y fomentar una mayor conexión entre el turismo y la ciudadanía.

En la web del proyecto, www.turismoquesuma.es se recoge más de un centenar de buenas prácticas de empresas y destinos, de diferente alcance, alineadas con los principios de la iniciativa en los siguientes ámbitos y que ejemplifican lo que es Turismo Que Suma:

Buenas prácticas de empresas	Buenas prácticas de destinos
- Revalorización del producto turístico; - Mejora del bienestar, la calidad del empleo y el desarrollo profesional de los trabajadores; - Inclusión laboral de colectivos vulnerables; - Preservación y restauración del patrimonio natural; - Consumo de productos de proximidad y apoyo a proveedores locales; - Gestión eficiente y ahorro de agua; - Eficiencia energética, electrificación y uso de energías renovables; - Reducción de residuos y desperdicio alimentario;	- Regulación urbanística para generar un equilibrio con la vida local; - Lucha contra el intrusismo y las prácticas turísticas ilegales; - Incentivos a la modernización y renovación de la oferta turística; - Regeneración del destino y el entorno urbano. - Captación de segmentos turísticos de mayor valor añadido; - Gestión inteligente de los flujos de visitantes; - Gestión sostenible de la movilidad en centros urbanos y espacios naturales;

- Programas de voluntariado corporativo y acción solidaria;	- Mejora de la convivencia entre residentes y visitantes; - Modelos de gobernanza y gestión turística público-privada;
---	---

Un proyecto abierto a todo el ecosistema turístico

Madrid acoge el acto central de lanzamiento de Turismo que Suma como uno de los principales destinos urbanos de España y como ejemplo de los retos y oportunidades que afrontan las grandes ciudades turísticas. La capacidad de seguir generando actividad económica, empleo y atractivo internacional, al tiempo que se preserva la convivencia, el equilibrio urbano y la calidad de vida de los residentes, constituye uno de los grandes desafíos compartidos por muchos destinos.

La presentación de Madrid visibiliza un movimiento en torno a Turismo Que Suma formado por 86 instituciones: las 33 empresas que conforman EXCELTUR, 17 asociaciones empresariales, incluidas las 5 grandes patronales sectoriales (CEHAT de hoteles, CEAU de agencias de viajes, ALA de líneas aéreas, Hostelería de España de Restauración y Feneval de alquiler de coches), 27 corporaciones locales y 9 comunidades autónomas.

Una red comprometida con un mejor turismo, abierta a nuevas incorporaciones y centrada en la difusión del valor del turismo y las acciones empresariales y públicas dirigidas a su mejor gestión.

«Aquí se Vive», primera campaña de comunicación de Turismo que Suma

Coincidiendo con su lanzamiento, Turismo que Suma presenta «Aquí se Vive», la primera campaña de comunicación de la iniciativa. Dirigida principalmente a los visitantes, la campaña promueve una mayor concienciación sobre el impacto que el turismo tiene en los destinos y la importancia de adoptar comportamientos responsables y respetuosos con las comunidades locales.

«Aquí se Vive» recuerda que los destinos turísticos son también lugares donde las personas viven, trabajan y desarrollan su día a día, apelando a la responsabilidad compartida de visitantes y residentes para construir una convivencia positiva.

La campaña comienza con el despliegue el propio 3 de julio en puntos de información turística de la ciudad de Madrid, además de Santander, Benidorm, Salou, Lloret, ... extendiéndose durante los próximos meses en soportes físicos y digitales de empresas y destinos adheridos, convirtiéndose en la primera gran acción conjunta impulsada por Turismo que Suma para promover una relación más consciente, respetuosa y equilibrada entre visitantes y destinos.

Contacto Prensa Exceltur

91 523 76 00
comunicacion@exceltur.org
www.exceltur.org



Turismo Que Suma: www.turismoquesuma.es



De izq. a drch.- José Manuel Lastra, presidente en funciones de la CEAV, Carlos Romero, director de Proyectos Estratégicos de EXCELTUR, Óscar Perelli, vicepresidente ejecutivo de EXCELTUR, Carolina Herrero, gerente de ALA, José Luis Álvarez, presidente de Hostelería de España, Gabriel García, presidente de la AEHM, Luis Martín Izquierdo, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, alcalde de Madrid, Juan Orti, presidente de EXCELTUR, Almudena Maillo, Concejala Titular del Área Delegada de Turismo, Ignacio Manzano, presidente en funciones de FENEVAL, Emilio Gallego, secretario general de Hostelería de España y Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del ITH.