

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 2023 supuso el 12,8 % 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 187 mil millones de euros de actividad económica generados por el turismo en España en 2023 superaron los 168 mil de toda la industria manufacturera, casi triplicaron los 73 mil millones de la construcción y multiplicaron por más de 5 los del sector primario (34 mil). Superados los efectos sobre el turismo de la reciente pandemia, las previsiones para 2024 apuntan un nuevo crecimiento de la contribución turística sobre la economía española, que superaría los 200 mil millones de euros de PIB. Un crecimiento que, cada día más, se debe cotejar y conciliar con una creciente capacidad de convertirlo en el mayor bienestar social.

Porque, más allá de las grandes cifras, el turismo también actúa como fuente dinamizadora de bienestar social, creando oportunidades para el emprendimiento local y siendo tractor del desarrollo de otros sectores y actividades en los destinos turísticos y sus áreas de influencia, así como impulsando inversiones públicas y privadas en infraestructuras, en la regeneración de los entornos, en la preservación de las áreas naturales y en la puesta en valor del patrimonio histórico y artístico, con el fin de contribuir a fortalecer la identidad diferencial de los destinos y mejorar la calidad de vida de sus residentes y, en definitiva, de la experiencia turística.

El turismo ha sido en décadas pasadas, y debe seguir siendo en el futuro, un factor decisivo para la cohesión social y evolución de la mentalidad de los ciudadanos españoles hacia los valores más abiertos al mundo que repercuten positivamente en nuestro día a día y nos enriquecen como sociedad.

Y, sin embargo, la incontestable y reconocida aportación del turismo a la ciudadanía española y las positivas expectativas de su evolución abren también nuevos retos sociales y no deben ser excusa para la autocomplacencia y el conformismo. Muy al contrario, debemos ser conscientes de que el futuro turístico nos está ya abocando a múltiples y nuevos desafíos sociodemográficos y estructurales complejos, que requieren respuestas multidisciplinares y transversales que no pueden demorarse. Desafíos, entre otros, exigidos por una ciudadanía que, siendo receptora de los beneficios locales del turismo, reclama también una mayor traducción de los mismos en mayores cuotas de bienestar y calidad de vida percibida por los residentes a nivel local, así como soluciones ante los efectos indeseados provocados por un crecimiento a veces desordenado y mal gestionado con visión de corto plazo.

Los desafíos del sector en un contexto cambiante

Las empresas líderes del sector somos conscientes de la urgencia de abordar con una nueva visión y criterios de planificación, gobernanza y gestión las cuestiones asociadas al desarrollo turístico, tales como 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 o el deterioro de algunos espacios naturales por una mayor presión turística de la deseable o por una sensibilidad/concienciación medioambiental menor de lo aconsejable. Asimismo, no podemos obviar el mitigar al máximo con los medios disponibles los posibles impactos medioambientales y la relevancia de apostar por la mayor calidad del empleo en el sector, entre otros aspectos que preocupan a todos.

Sin duda, uno de los elementos clave del análisis es cómo replantear gradualmente nuevos y exitosos modelos de desarrollo turístico en un país líder como es España y, en especial, para aquellos destinos donde ya se acusan crecientes externalidades negativas a resolver, y que causan puntuales recelos ciudadanos. La recepción de más de 85 millones de visitantes con una

alta estacionalidad en pocos meses y en los que, en ciertos lugares, los límites de capacidad y afluencia se superan con frecuencia, dificulta la absorción de más turistas. En este contexto, uno de los principales retos es trabajar en pro de una desestacionalización que sea realmente factible y crecer no tanto y solo por volumen, sino vía nuevas propuestas atractivas y diferenciales, de mayor valor añadido, en especial en los destinos más tensionados.

Es decir, trabajar desde los planteamientos de gestión turística más innovadores, apoyados en las herramientas digitales más avanzadas, en favor de poder integrar una oferta turística de una calidad cada día más diferencial y experiencial y, por ende, más sostenible. Todo ello, para captar los perfiles de demanda turística más deseables en cada caso que permitan elevar el gasto directo y su derrama inducida en los destinos. Una derrama que genere los mayores efectos tractores directos e indirectos y facilite contratar el mayor y mejor empleo posible. En síntesis, que impacte positivamente en la percepción ciudadana sobre la mejora de su calidad de vida y las oportunidades que les abre el sector a las distintas sociedades locales.

De ahí que, para avanzar en lo anterior, otro de los grandes desafíos sea atraer y retener el mejor talento bajo las mejores y más factibles condiciones de contratación laboral. Un objetivo donde, teniendo en cuenta las singularidades horarias y estacionales del sector, se facilite la mayor profesionalización de los servicios, con la mejor formación previa, generando empleos lo más estables y mejor remunerados posibles. Un escenario que brinde las mejores propuestas de valor sectorial, no solo económicas sino en clave del salario emocional, que potencie la imagen y el sentimiento de pertenencia al sector, a todos los niveles profesionales.

Afrontar estos retos requiere, en primer lugar, de un renovado compromiso de todas las empresas e instituciones públicas sin excepción, directa e indirectamente competentes, 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"- que, entre otras, tenga en consideración:

- Las crecientes exigencias y regulaciones ambientales, así como las del capital natural/biodiversidad y circularidad que inciden sobre los territorios, de forma que el turismo sea un sector determinante tanto en el proceso de transición energética como en el de la movilidad sostenible. Una movilidad donde el transporte colectivo sea prioritario (aéreo, marítimo y terrestre) y se apueste también por el "alquiler de coches" y otros "servicios de movilidad compartida", dado su firme compromiso por la sostenibilidad, por su inversión en la renovación continua de equipos y vehículos más eficientes y por su relevante papel en facilitar la capilaridad en el reparto interterritorial del gasto turístico.
- Los profundos cambios en los hábitos sociodemográficos, tanto de los residentes como de los potenciales visitantes, que influyen en sus preferencias y actitudes vitales, su capacidad de acogida al turista y sus distintas aproximaciones al disfrute de su tiempo libre, buscando en cualquiera de los casos una mayor reconexión con sus identidades propias.
- 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 dentro de ellos donde, al perderse en paralelo unos servicios de conveniencia, coexiste una difícil convivencia entre turistas y residentes.
- La madurez, bordeando la obsolescencia, en la que se encuentran algunas líneas de productos y destinos españoles, desatendidos, en cuanto a sus urgentes procesos de reconversión, en especial los pioneros de sol y playa (las "grandes fábricas turísticas") sin desestimar el potencial de destinos de interior más incipientes, que sean realmente viables.

Un gran pacto del sector y el Estado para asegurar el futuro más deseable

Actuar frente a los desafíos, diseñar y gestionar los nuevos escenarios es labor que implicará a muchos actores públicos y privados, sin distinción de tamaños ni subsectores, de las extensas

cadena de valor que se integran en los distintos destinos turísticos urbanos y vacacionales españoles.

La transversalidad de factores que inciden sobre la actividad turística y la multiplicidad de actores que intervienen aconsejan una actuación conjunta y coordinada a través de un gran acuerdo de Estado por el turismo que posteriormente se decline caso a caso, a nivel regional y local.

Un acuerdo que ponga en el centro de atención de las nuevas políticas turísticas muy especialmente al residente, además de al propio visitante, promoviendo el diálogo fluido y multilateral de los distintos actores públicos, privados y de carácter más social, que recojan las diversas sensibilidades de las poblaciones locales donde se realiza la actividad turística. Todo ello para redefinir el posicionamiento turístico que permita mejorar la capacidad de atraer y retener a los visitantes más deseados, cumpliendo en paralelo las expectativas de progreso y bienestar de los residentes. Y respetando la convivencia y el cuidado por los espacios públicos de disfrute común, preservando los valores e identidades propias de los distintos destinos.

Y, en definitiva, un acuerdo para impulsar una nueva visión y gobernanza turística público-privada recíprocamente comprometida con iniciativas que permitan al sector avanzar hacia un desarrollo turístico socialmente más sostenible, amparado en un(os) nuevo(s) modelo(s) turístico(s).

El compromiso del sector

Desde esa óptica, con el ánimo de contribuir a promover este proceso de reflexión y evolución a futuro del desarrollo turístico español y su(s) consecuente(s) modelo(s) turístico(s) español(es), con la vista puesta en lograr en paralelo un mayor y creciente reconocimiento social que eleve la reputación del conjunto del sector, los líderes turísticos que encabezan las empresas afiliadas a EXCELTUR han decidido dar un paso al frente que detone ese proceso colectivo.

Un nuevo paso para trabajar en torno a una visión con un propósito turístico inclusivo e integrador, que sea percibido por la sociedad como palanca que impulse los deseables cambios graduales. Un paso que aliente y aúne la visión de todos los actores públicos y privados de la extensa cadena de valor turística sub sectorial y territorial, con la de los residentes y los destinos, impulsando así un proceso de gradual transformación competitiva que estimule e ilusione a todos los actores de la cadena de valor turística y la ciudadanía local.

Porque lo que se desea es promover un diálogo abierto y franco entre los responsables públicos y empresariales y los estamentos ciudadanos más constructivos y proactivos, especialmente con los que ya estén más afectados por las externalidades turísticas, tendiendo puentes de comunicación estables y periódicos para recoger sus necesidades y aspiraciones.

Porque, pensando a futuro, sentimos que el turismo debe evolucionar y cambiar su forma de presentarse ante la sociedad *-su relato como sector-*, recalando no sólo los positivos y habituales indicadores macroeconómicos, generación de PIB, empleo o gasto turístico, sino valorando, desde la visión más holística, el balance entre todas las externalidades positivas y *-por qué no-* negativas que el turismo genera, procurando que las nuevas estrategias de desarrollo turístico, se traduzcan en cotas de prosperidad creciente, para la ciudadanía.

De ahí que, desde EXCELTUR, hayamos decidido dar un paso adelante para promover el arranque de un proceso, que pueda servir de orientación y aliente la gradual adhesión de todos los actores públicos, privados de la cadena de valor turística, en torno a los principios generales de una nueva hoja de ruta basada en unos irrenunciables principios éticos, reflejados en este manifiesto y promoviendo todos aquellos nuevos escenarios de reflexión que lo enriquezcan.

Es decir, procurando mayores avances en torno a políticas e iniciativas públicas y empresariales que procuren con la mayor convergencia de intereses, el mejor equilibrio de las futuras actividades turísticas con las expectativas y capacidad de acogida de las sociedades locales. Algo a lograr bajo

la más estrecha colaboración público-privada, sujeta a una nueva gobernanza mejor estructurada, que tome en mayor consideración las diversas sensibilidades ciudadanas.

Un manifiesto donde se sugieren iniciativas que se encajan en 5 ejes, con sus deseables intenciones, códigos de conducta y buenas prácticas, que permitan avanzar hacia nuevos modelos de turismo más responsables, inclusivos y regenerativos. Todos ellos basados en el mayor valor añadido, que concite la mayor empatía y conciliación de intereses de los residentes.

Como punto de partida hacia esa deseable hoja de ruta que ampare e impulse el gradual cambio de paradigmas de nuestro(s) modelo(s) turístico(s), manifestamos públicamente nuestra voluntad de avanzar en las mejores prácticas y compromisos concretos en esa dirección. Asimismo, 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.

Un manifiesto que recoge una declaración de intenciones de carácter empresarial que confiamos impulse y favorezca este proceso de transición hacia el futuro turístico más sostenible que todos deseamos. Un futuro que depende de la suma de múltiples esfuerzos conjuntos, públicos y privados y donde en EXCELTUR 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 DE CARÁCTER MÁS SOCIAL

1. Trabajar estrechamente con las administraciones para minimizar y aliviar la ocasional percepción de saturación de espacios, servicios e infraestructuras en ciertos destinos, provocada por la puntual superación de las capacidades de carga (masificación), aunque no sólo ni siempre debidas al turismo, sino a menudo a falta de dotaciones e inversiones en infraestructuras públicas adecuadas a los crecimientos acusados en los últimos años.
2. Promover y salvaguardar la identidad cultural y los sentimientos de pertenencia de la población residente en las zonas turísticas, evitando su despersionalización o despoblación.
3. Propiciar las mejores condiciones laborales y propuestas de valor sectorial posibles que hagan más atractiva la profesión turística a todos los niveles y en especial para los jóvenes, propiciando el mayor orgullo y sentimientos de pertenencia por trabajar en el sector.
4. Promover la mayor concienciación y compromiso con la protección medioambiental y paisajística de los destinos urbanos y vacacionales y sus espacios turísticos, así como favorecer la mayor accesibilidad social, para unos segmentos de creciente importancia.
5. Impulsar con visión transversal fórmulas jurídicas ágiles y flexibles de gobernanza turística público-privada que, en su diversidad y desde las políticas de innovación y digitalización más ambiciosas para todo el sector, aseguren la mejor gestión y planificación turística.

1. ALIVIAR LA SATURACIÓN DE ESPACIOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS Y ORIENTAR SOBRE ESTRATEGIAS/ALTERNATIVAS DE DESARROLLO Y SUS LÍMITES

Para ello, evitando las posiciones menos constructivas y extremas, se tiene que incorporar la visión más centrada, constructiva y desinteresada de los residentes en las decisiones y planificar y gestionar adecuadamente los flujos turísticos en términos temporales y espaciales, junto a las nuevas inversiones públicas en dotaciones adecuadas al crecimiento.

Para contribuir a evitar progresivamente la saturación de servicios e infraestructuras, 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 sistemas de escucha ciudadana para valorar su percepción y satisfacción con respecto a la incidencia del turismo en su calidad de vida 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, % de plazas alojativas de diversa índole y otros parámetros a no superar, así como las deficiencias de infraestructuras que pudieran estar también causando las sobrecargas.
3. Incorporar al debate la visión de expertos, entre ellos externos a las distintas zonas de reflexión, para evitar visiones endogámicas y que permitan enriquecer el análisis e integrar todas las variables para conformar el conocimiento más sólido y 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 crecimiento 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. Reduciendo, donde sea posible, la estacionalidad a través de la inversión en la mejora y reposicionamiento de una oferta diferenciada que permita alargar en el tiempo la atracción de la demanda, con sus consecuentes repercusiones en un empleo más estable y duradero. Todo ello además de implementar políticas estratégicas de marketing que faciliten una mejor segmentación y provisión constante de más servicios turísticos a lo largo del año, cuando se estime deseable para lograr los objetivos de posicionamiento de cada destino.
6. Respaldando el máximo control institucional y lucha para evitar cualquier caso de intrusismo y oferta ilegal, y en especial, en lo que respecta a las viviendas de uso turístico.
7. Facilitando la implementación de medidas normativas, tecnológicas y humanas que permitan gestionar con mayor fluidez los flujos turísticos en tiempo real en cada destino.
8. Invirtiendo, en la medida de lo posible, en diseñar y poner en valor nuevas propuestas e instalaciones turísticas en zonas o barrios previamente identificadas con un potencial y oportunidades de ser visitados, en aras de descongestionar los lugares de mayor afluencia.

C. Introducir medidas para cualificar los flujos turísticos hacia los perfiles más responsables y deseados

9. Reposicionando y promoviendo la oferta turística hacia los segmentos de demanda más deseables para cada destino y del mayor valor añadido percibido a nivel local.

10. Apoyando el control, limitación y seguimiento del turismo de excesos que tanto perjudica nuestra imagen y reputación turística, en ciudades y en ciertos destinos más vacacionales.
 11. Impulsando y comunicando a los turistas que asuman códigos de conducta más cívicos sobre limpieza, ruidos, protección de espacios públicos, etc, tanto en sus países de origen como a través de los intermediarios turísticos y los puntos estratégicos a su llegada a los destinos españoles (pantallas del avión, aeropuertos, playas, zonas residenciales...).
- 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 reviertan 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 LOS VALORES QUE CONFORMAN LA IDENTIDAD DIFERENCIAL DE LOS DESTINOS Y EVITAR LA DESPOBLACIÓN DE ZONAS TURÍSTICAS

Preservar la autenticidad y los valores diferenciales e identitarios de carácter cultural y paisajístico es clave no solo para satisfacer a la población local, sino también como elemento de competitividad diferencial para atraer a unos mejores visitantes que buscan una mayor reconexión con las identidades de los destinos y sentir la mejor acogida ciudadana.

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

- A. Procurar el mejor equilibrio en la implantación y distribución geográfica del conjunto de la oferta y demanda turística, evitando ampliar la concentración en los lugares ya consolidados, así como la sobresaturación, masificación y posibles conflictos entre residentes y turistas.
- B. Procurar el mayor control y respaldo a las administraciones competentes para evitar la falta de regulación y/o su adecuado cumplimiento, ante iniciativas que bien puedan inducir el "sobre turismo" y/o 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 un turismo de excesos que no respeta el entorno y es contrario a las iniciativas de reposicionamiento turístico que en cada caso puedan ser las más deseadas por los residentes.
- D. Promover iniciativas empresariales que, bajo la más estrecha colaboración público-privada, favorezcan la mejor puesta en valor del patrimonio natural, salvaguardando y conservando los centros históricos, evitando su banalización y pérdida de identidad a través del apoyo a planes de protección urbanística que, entre otros, protejan las fachadas...etc.

Asimismo, promover la mejor integración de esa protección y valorización del patrimonio artístico/cultural, en la estrategia turística de los destinos, para potenciar y diferenciar el atractivo y las señas de identidad de cada uno de ellos.

- E. Promover en la medida de lo posible, otros patrocinios empresariales y públicos (deportivos, culturales, etc.), que realcen los valores y la imagen de marcas locales.
- F. Vigilar y proteger de su deterioro y degradación algunas infraestructuras y servicios básicos de uso cotidiano, tanto por turistas como también por residentes (Ej. Playas con duchas que no funcionan, aceras y paseos con desperfectos, pintadas, basura sin recoger...etc.).
- G. Promover e incentivar la preservación de los establecimientos históricos de comercio local con más tradición y personalidad, evitando su desaparición frente a una oferta más global, estandarizada y despersonalizada como la ya existente en múltiples otros países/destinos.
- H. Promover al máximo 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 más directamente las características singulares y diferenciales de su oferta local.

3. PROPICIAR LAS MEJORES CONDICIONES LABORALES Y PROPUESTAS DE VALOR SECTORIAL POSIBLES, QUE GENEREN ORGULLO DE PERTENENCIA

Por ello debemos 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 generar el mayor orgullo de pertenencia y por ende 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 producción lo permitan
 - 1. Priorizando en la medida de lo posible, y siguiendo la reforma laboral, 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 de 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 sea posible, 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 de habitabilidad de un nivel aceptable en los destinos con dificultades de acceso a una vivienda digna, 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. Dentro de las peculiaridades horarias y presenciales que exigen la mayor parte de los puestos de trabajo de las actividades turísticas, procurar alguna combinación mixta, si el puesto de trabajo lo permite y la productividad/ comunicación interna/ sentimiento de pertenencia, no se ven afectadas.
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 de primer nivel 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".
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.

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. Favorecer la diversidad e inclusividad laboral, valorando y respetando las diferencias.
20. Favorecer la igualdad de oportunidades, y evitar 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. Favorecer 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 entornos académicos ... etc.)

4. PROMOVER LA MAYOR CONCIENCIACIÓN Y COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL PARA LA PROTECCIÓN DE NUESTROS RECURSOS NATURALES, EN ESPECIAL EL AGUA Y NUESTRAS COSTAS, Y LA MEJOR ACCESIBILIDAD A LOS ENTORNOS/DESTINOS TURÍSTICOS

La optimización del uso de unos recursos naturales cada vez más escasos, entre ellos el agua, la preservación de los valores culturales y de patrimonio histórico, así como la recuperación de los entornos naturales y costeros, y el establecimiento de una relación equilibrada entre ellos, redundará en el mayor atractivo diferencial, resiliencia, y prosperidad local. Ello, por ende, consolidará la sostenibilidad y la futura capacidad de transformación regenerativa del turismo del siglo XXI.

En el contexto de este manifiesto, las instituciones turísticas públicas y privadas adheridas asumen la responsabilidad de, y abogan por, liderar, impulsar y formar parte de las posibles soluciones que existan para mitigar los efectos del cambio climático. Es decir, las medidas más ambiciosas que sean viables para mejorar entre otros, la eficiencia energética, el consumo de agua, la descarbonización, la preservación de los hábitats naturales y de la biodiversidad, la reducción y gestión circular de los residuos, además 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 convertir gradualmente al sector en una referencia en cuanto a eficiencia energética a emular en general.
2. Potenciando la mayor colaboración público-privada posible para promover e impulsar la I+D+i y el desarrollo de tecnologías sostenibles.
3. Asumiendo el reto de reducir las emisiones, a través de criterios científicos como es el caso de la iniciativa SBTi, 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, caracterizadas todas por empresas con el ya firme compromiso de renovar constantemente sus flotas. En este aspecto cabe señalar al Rent a Car cuyas emisiones de CO₂, son muy inferiores a las del parque automóvil en propiedad, y aseguran en paralelo la mejor capilaridad en la distribución del gasto turístico.

En ese mismo sentido, resulta determinante señalar e incentivar las políticas de descarbonización que están siguiendo nuestras principales empresas de transporte aéreo y marítimo, altamente comprometidas con el cumplimiento de los objetivos de la iniciativa legislativa de la UE "Fit for 55". Se trata de compañías clave desde la perspectiva de su valor estratégico/turístico que están a la vanguardia en la inversión y utilización de los equipos y carburantes más sostenibles y eficientes como es el caso de nuestra principal naviera, pionera en el uso del Gas Natural. Dichas aerolíneas y compañías de transporte marítimo son los únicos sectores del transporte colectivo que actualmente pagan por sus emisiones dentro del régimen EU ETS (Emissions Trading System). Por ello, resulta absolutamente relevante no penalizar sus operaciones con tasas e impuestos adicionales, dado el efecto negativo que dichas medidas tendrían sobre la actividad turística".

5. Incentivando la producción y consumo 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, para acceder a los destinos, especialmente los insulares.
6. Intensificando la eficiencia en la gestión de los diversos medios e infraestructuras de transporte, vía la digitalización de los diversos servicios multimodales. Ello facilitará además una información más transparente sobre precios, emisiones de CO₂..., optimizando los flujos de pasajeros y sus conexiones, apostando por tecnologías "ad hoc", al mismo tiempo que se trabaja en la reducción de los impactos ambientales asociados.
7. Promoviendo la mayor edificación/renovación de establecimientos turísticos posibles, neutros en carbono, a través de la construcción con los materiales más eficientes y baja contaminación.
8. Promoviendo medidas para reducir siempre que sea factible, 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 mayor consumo de proximidad posible

9. Reduciendo la generación de residuos y consolidando el mayor cumplimiento de los objetivos UE en cuanto a 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 y promoviendo los cambios necesarios.
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 y facilitando la viabilidad de un sector clave para el turismo como es el primario, con un papel crucial y adicional en la preservación del atractivo del paisaje rural y la cohesión territorial del "hinterland" de los destinos. En este sentido, es importante promover priorizar el mayor abastecimiento turístico posible de alimentos con origen y procedencia responsables y de KM 0.

C. Promover la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas

13. Impulsando proyectos conjuntos de interés general con otras potenciales instituciones aliadas u otros sectores, en concordancia con la responsabilidad adquirida por el Turismo, para con el medioambiente y la sociedad.

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 eficiencia energética, la gestión y consumo hídrico óptimos, así como la huella de carbono (en alcance directo, indirecto de la energía adquirida e indirecto de otras fuentes).
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 una nueva gobernanza que, en su diversidad, asegure la mejor planificación y avances en la gestión y extensión más generalizada posible, de los servicios turísticos, centrados en mejorar la accesibilidad de los destinos para personas con movilidad reducida, ancianos, familias con niños pequeños, o colectivos potencialmente discriminados.

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

Ello debe fundamentarse en los mayores compromisos recíprocos entre todos los actores institucionales, empresariales y ciudadanos. En primer lugar, asegurando el interés general y

estableciendo un diálogo constructivo y consensuado que integre a las diversas aspiraciones públicas, privadas y ciudadanas más constructivas, del entorno turístico.

En este tema, el residente más constructivo debe jugar cada día más un papel central en el proceso decisorio para lograr, entre otros, inducir su mayor empatía por el sector y sus mejores sentimientos de acogida para con los turistas. El reto de la nueva gobernanza turística es pasar de la mera gestión de un sector a la de una nueva economía, un concepto más amplio que emana de conciliar las expectativas del visitante, con las del residente y donde la sostenibilidad y beneficio para las comunidades locales son pilares fundamentales. De ahí que el conjunto de la cadena de valor del sector privado deba desempeñar de manera más proactiva y comprometida un papel crucial en este empeño, reforzando su voluntad de relacionarse de manera más responsable con el entorno y con las expectativas ciudadanas.

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 la promoción de la demanda, como previamente para el diseño y mejora experiencial de la oferta turística en los destinos. A imagen y semejanza de los ya existentes en muchos otros países/destinos, ello debería asegurar una mayor eficacia, flexibilidad y agilidad operativa bajo nuevos marcos jurídicos y consensos público-privados y compromisos recíprocos, siguiendo unas pautas de gradual cogestión muy profesionalizadas y basadas en unas hojas de ruta estratégicas, elaboradas con una visión transversal y de medio y largo plazo.

Serán esas hojas de ruta, inspiradas en el futuro turístico previamente identificado como el más deseable para cada destino, donde se deberán consensuar para tratar de lograrlos, las sensibilidades y aspiraciones de los diferentes actores involucrados: turistas, población residente, mundo empresarial, trabajadores y autoridades y reguladores. En estos últimos casos, con un mejor sistema de financiación local y dotaciones presupuestarias más holgadas para poder abordar los compromisos económicos necesarios para ese nuevo ciclo de gestión.

B. Fomentar nuevos espacios de diálogo en colaboración con gobiernos, administraciones públicas y asociaciones ciudadanas, para promover sinergias de trabajo, establecer rumbos de futuro y abordar los distintos problemas locales indeseados que surjan a lo largo del proceso.

C. Considerar, donde proceda, 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. Aconsejaría entre otros, sobre las inversiones más deseables en nuevas infraestructuras o el mantenimiento de las existentes, planes de movilidad y gestión del entorno, así como la definición y regulación de las capacidades y límites de carga de las zonas.

D. Impulsar iniciativas y proyectos entre el sector público y privado, con un enfoque favorecido por un mayor uso conjunto de las tecnologías de la información. Una estrategia clave para poder integrar actividades turísticas más responsables, sostenibles y deseables para los residentes en los destinos, así como para promover modelos de gestión más inteligentes y eficientes en el uso de los distintos recursos disponibles.

E. Impulsar el diseño conjunto e implementación de Planes directores de Turismo, como herramientas estratégicas clave, para gestionar y guiar el desarrollo turístico planificado en aquellos municipios de más de 50.000 habitantes que aún no hayan adoptado dichos planes, para asegurar unos requisitos mínimos que impulsen la actividad turística con garantías.

F. Impulsar y acelerar la evolución y transformación competitiva del aún amplio conjunto de PYMES más indiferenciadas, que son parte de la columna vertebral del sector. Ello supone

promover y agilizar nuevas políticas que favorezcan el que puedan ganar tamaño y/o economías de escala o que permitan mejorar cuanto antes sus propuestas de valor. En síntesis, reduciendo entre otras, las externalidades negativas que en ocasiones inducen, por un elevado volumen de turismo de menor valor añadido que generan y satura algunos entornos. Es clave establecer medidas que minimicen y compensen estos efectos adversos.

G. Fomentar un mayor y mejor reconocimiento e integración del papel clave que juega la mal llamada Oferta Complementaria, compuesta mayormente por múltiples PYMES locales que proveen servicios muy demandados y que son los que confieren el verdadero atractivo final de muchos destinos. De ahí su relevante papel en la obligatoria necesidad de avanzar en la diferenciación con el mayor valor añadido posible, de la oferta turística de muchas empresas y destinos españoles urbanos y vacacionales. Es decir con propuestas de valor cada día más experienciales que eleven y faciliten el gradual reposicionamiento del conjunto de sus cadenas de valor. Ello aconseja la implantación de programas marco de estímulo y colaboración con esas PYMES y, en cualquier caso, a través de las asociaciones que las representan.

H. 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.