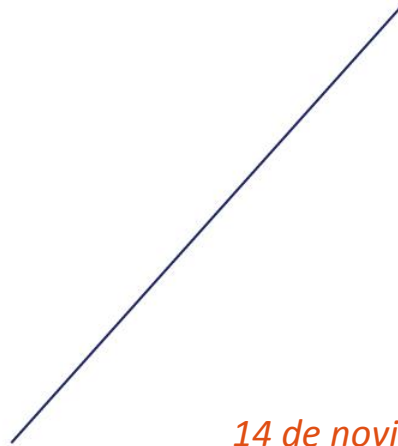


PRIORIDADES TURÍSTICAS

CONSEJO DE TURISMO



14 de noviembre de 2018



CEOE

I. INTRODUCCIÓN

El Consejo de Turismo de CEOE considera como cuestiones prioritarias que deben ser abordadas por el Gobierno, las que se contienen a continuación.

Dichas prioridades se estructuran en dos bloques diferenciados: (i) por un lado, aquéllas de carácter general que afectan a las diferentes actividades turísticas que engloba el sector; y (ii) por otro lado, aquéllas de carácter más sectorial.

II. PRIORIDADES DE CARÁCTER GENERAL

- **El Turismo debe configurarse como una prioridad política de la Administración** y eje de la economía de nuestro país. En este sentido, debería impulsarse un **Pacto de Estado por el Turismo**, que conforme una apuesta institucional global por un turismo de calidad, desarrolle un marco fiscal, legal y financiero que garantice nuestra competitividad, favorezca la seguridad jurídica necesaria para el desarrollo de las inversiones y cuente con una dotación presupuestaria acorde con el peso del turismo en la economía española y su potencial desarrollo. Este pacto debe englobar tanto al turismo receptivo del exterior como al nacional e interno.
- La profusión, complejidad y disparidad de normas de carácter estatal, autonómico y local condicionan la actividad empresarial por su incremento de costes, provocando importantes distorsiones en el mercado, no sólo en detrimento del sector privado, sino también de los consumidores y usuarios en general. Si bien se reconocen los avances producidos tras la entrada en vigor de la Ley de Unidad de Mercado, es preciso todavía avanzar hacia una **mayor homogeneización de la normativa** aplicable al sector, evitándose asimismo la superposición normativa.

En este sentido, se precisa una normalización del mercado interior promoviendo un consenso entre las CC.AA., municipios y cabildos, y una regulación uniforme en materias tales como clasificación hotelera, requisitos para las agencias de viajes, normativa de viviendas de uso turístico, licencias, condiciones de aparcamientos y tasas de los vehículos de transporte colectivo (autocares), etc.; en definitiva, en aquellas cuestiones en que una regulación diferenciada produzca una clara segmentación del mercado interior español en 17 mercados, con regulaciones a veces incluso contradictorias. De no lograrse el referido consenso, sería deseable que desde la Administración Central pudiera impulsarse una normativa de armonización. En todo caso, dentro de esa

armonización, será preciso atender a las especificidades propias de Canarias, en su condición de región ultraperiférica, y de las Islas Baleares, dado su carácter insular.

- En línea con lo anterior, se precisa una **simplificación de los procedimientos administrativos** a fin de dotarlos de mayor agilidad y una **minoración de las cargas administrativas** que soporta el sector; ello permitirá una reducción de costes y, por tanto, una mayor competitividad.

Las administraciones deben conocer los tiempos de las distintas actividades turísticas sectoriales y ajustar su actuación a los mismos. En este sentido, los solicitantes deben disponer de una garantía de respuesta en plazo, a fin de que las tramitaciones posteriores puedan efectuarse con tiempo suficiente, y de tal modo que las autorizaciones y trámites pertinentes se encuentren finalizados antes de iniciarse la temporada turística.

- Se precisa **avanzar en las acciones a desarrollar respecto a la oferta ilegal y el intrusismo, así como la competencia desleal.**
- Avanzar en el desarrollo de una **normativa armonizada respecto al alquiler vacacional**, que contemple los nuevos modelos existentes, y atienda los derechos y obligaciones de las partes, así como los necesarios estándares de calidad. Sin perjuicio de la distribución competencial existente, debe impulsarse la aprobación de una normativa marco de las viviendas de uso turístico que sirva de frontispicio para la regulación autonómica.
- Los modelos de negocio basados en plataformas digitales constituyen un fenómeno global en constante crecimiento.

La actividad desarrollada por las plataformas digitales debe cumplir con la legalidad vigente, atendiendo a su régimen propio establecido en la normativa sobre comercio electrónico, respetando los principios establecidos en la Directiva de Servicios y las normativas sectoriales en las que operan.

Se considera de interés trasladar a los Ministerios competentes, la necesidad de contar con un entorno regulatorio claro que permita el desarrollo de los modelos de negocio a través de plataformas digitales, de modo equitativo con cualquier otro tipo de prestador de servicios. La falta de un entorno regulatorio claro favorece la ilegalidad y la alegalidad.

Cualesquiera consideraciones, recomendaciones o desarrollo normativo deben fundamentarse sobre la base de la unidad de mercado. Un enfoque fragmentado generará incertidumbre y falta de seguridad jurídica, en detrimento de la actividad inversora.

El desarrollo de cualquier actividad debe necesariamente regirse por el principio “mismos servicios, mismas reglas”. Los principios de regulación económica eficiente (necesidad, proporcionalidad y no discriminación), reconocidos a nivel europeo y nacional, deben ser clave en la regulación aplicable a la totalidad de prestadores de servicios.

La sostenibilidad del estado del bienestar, la protección de los consumidores y evitar la economía sumergida son tres aspectos clave a ser tomados en consideración.

- **Las negociaciones sobre el Brexit deben tomar en consideración el enorme impacto que la salida del Reino Unido puede conllevar para el sector turístico español** y, por ende, para la economía española, toda vez que Reino Unido se configura como nuestro primer destino emisor, con un elevadísimo índice de repetición. Las decisiones que finalmente se adopten respecto al acceso de los británicos a España, la aviación civil y las conexiones aéreas, el acceso a la sanidad pública o las diversas normativas comunitarias con efectos sobre el sector turístico son -entre otras- clave para nuestro turismo.

Asimismo, se precisa la configuración de una campaña de comunicación/promoción especialmente dirigida al mercado británico. El objetivo de la campaña sería no tanto trasladar las bondades de España como destino turístico sino, fundamentalmente, trasladar al turista británico un sentimiento de *aprecio, cariño*.

El turista británico es clave para el turismo español, y máxime en un momento en que se están recuperando nuestros destinos competidores (Grecia, Egipto y Turquía).

- Atendido el carácter estratégico del turismo para la economía española y su efecto arrastre, se precisa -cuanto menos- que no se produzca ningún incremento en el régimen de IVA aplicable.

Asimismo, debe recordarse que el sector turístico ha estado gravado, mayoritariamente, a un tipo reducido. Por ello, **aquellas actividades que han pasado de una tributación reducida del IVA a un tipo general** -tras la modificación efectuada por el Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad- **deben retornar al tipo que corresponde al sector, el reducido**. (Entre ellos, parques de atracciones y temáticos, turismo activo, campos de golf...).

Deben asimismo atenderse las reiteradas demandas de sectores tales como el de congresos y el de alquiler de vehículos de que se les aplique el tipo reducido del IVA, atendida su consideración como actividad turística. En este sentido, sorprende que ante la cada vez más frecuente inclusión del alquiler de vehículos dentro de los paquetes

turísticos de forma conjunta con otras actividades a las que sí se aplica el IVA reducido, el alquiler de vehículos se mantenga sujeto al tipo general.

Por otro lado, **se reivindica que el valor añadido aplicado por las agencias de viajes a los servicios turísticos (paquetes) vendidos por las mismas, tribute al mismo tipo reducido que se aplica a tales servicios** (transporte y alojamiento, principalmente) cuando los mismos son vendidos directamente a los consumidores finales por las empresas de transporte y empresas hoteleras. De no ser así, se penaliza al sector de intermediación comercial. Una nueva regulación del régimen especial de IVA para las agencias de viajes, que simplificase y aclarase las dudas existentes sería de enorme interés.

Finalmente, la fiscalidad aplicable al conjunto del transporte aéreo no debe restarle competitividad frente a los principales competidores europeos, como ha sucedido con la aplicación del IVA en el tramo doméstico en los vuelos de conexión con origen o destino internacionales.

- La **aprobación de una Hoja de Ruta del Sector Turístico** que dé continuidad al Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015, retome los trabajos relativos al Plan 2020, defina las bases del modelo turístico español y priorice las actuaciones a llevar a cabo es esencial. En su definición, debe contarse con la participación del sector turístico empresarial.
- El gobierno debe poner en valor el papel del turismo y el peso que tiene en la economía de nuestro país. Para ello, es imprescindible que ponga en marcha una **campaña de apreciación del turismo**, implicando a todos los agentes de la cadena turística, que contribuya a revalorizar la figura del turista y del turismo en sí como fuente de beneficios para el conjunto de la sociedad. Contribuiría a que tanto las instituciones públicas como la ciudadanía aprecien el verdadero valor e importancia de la actividad turística española.
- Debe **continuarse con la labor de promoción interna y externa** dirigida a la desestacionalización de la demanda, la captación de clientes de nuevos mercados emisores, la potenciación de nuevos nichos de mercado, los nuevos segmentos de la demanda, y la consolidación de los mercados tradicionales. Las acciones de promoción deben ser más segmentadas, medidas y colaborativas con el sector privado. Sería conveniente introducir, de una manera generalizada, criterios de retorno de la inversión en promoción y marketing e instrumentos de medición de la rentabilidad por mercados y productos.

La promoción de los destinos turísticos debe realizarse de forma compatible con la promoción de España como destino; manteniendo cada una su singularidad, pero en el ámbito de una coordinación y definición estratégica coherente y mantenida en el tiempo.

Debe asimismo potenciarse la profesionalización y especialización de los directores de las Oficinas Españolas de Turismo, incrementándose la colaboración con los TT.OO. de raíz española presentes en los mercados externos.

Asimismo, debe ponerse de relieve la desigual distribución de los recursos presupuestarios de TURESPAÑA. En este sentido, debe darse una nueva priorización a la distribución entre los recursos destinados a los mercados maduros y los destinados a los mercados emergentes (Oriente Medio, India y China fundamentalmente), que precisan de una mayor atención, así como a la dedicada a los destinos urbanos; siempre sobre la base de un análisis inversión-beneficio, y pudiéndose también contemplar criterios a medio plazo.

En todo caso, y sin perjuicio de las cuestiones que se detallan más adelante, el Plan Estratégico de Marketing de TURESPAÑA (2018-2020) ha supuesto un cambio de paradigma que el Consejo de Turismo de CEOE valora positivamente.

El Consejo de Turismo de CEOE desea también reiterar su satisfacción por la estructura de TURESPAÑA que ha dado entrada a la colaboración pública-privada a través de su Consejo Asesor. La CEOE continuará realizando los mayores esfuerzos a fin de que su participación en el Consejo Asesor responda de la forma más eficaz a los retos que afronta el sector turístico en la actualidad.

Finalmente, se considera que podría ser de interés que se conformara una reducida Comisión en el seno de TURESPAÑA que, ante la evolución y vicisitudes de los diferentes mercados, pudiera permitir una reacción más rápida y eficiente.

- La financiación sigue siendo un tema crucial para el sector turístico. Por ello es preciso **avanzar hacia una mayor diversificación en la obtención de financiación.**

En este sentido, con carácter estructural ante eventuales dificultades crediticias, resulta crucial establecer fuentes de financiación pública para cumplir y suplir de forma coyuntural la función de las entidades financieras y con ello, facilitar la modernización, renovación e inversión en innovación y tecnologías.

- **Apoyo a la innovación, la sostenibilidad y las TIC en el sector turístico.** Es necesario desarrollar planes de innovación que sitúen a la industria turística española en la vanguardia tecnológica, como líder y potencia turística mundial que es, así como poner

en marcha ayudas que permitan a las empresas desarrollar planes de I+D+i, con una visión global e integradora del turismo y becas o concursos para jóvenes que desarrollen proyectos de innovación en nuevas tecnologías aplicadas al turismo.

Actualmente se están desarrollando a nivel autonómico y local diferentes iniciativas sobre Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Asimismo, desde la Secretaría de Estado se ha lanzado la Red de DTI y las empresas privadas están empezando a aplicar la inteligencia artificial al turismo para mejorar su planificación y rentabilidad. En esta coyuntura, es necesario **impulsar la creación de una Oficina Española de Inteligencia Turística**, para coordinar, compartir y poner en valor las diferentes iniciativas en curso; permitirá una mayor eficiencia en la gestión, tanto pública como privada, de las diferentes acciones, y definir estándares globales en esta materia.

- Debe diseñarse una **política de transportes y turismo coherente**, reforzándose la intermodalidad y estableciéndose estándares de conectividad entre los distintos medios de transporte, garantizándose un marco estable de competencia que asegure la igualdad de condiciones y trato para todos los operadores.

Si bien el impulso y fomento de la intermodalidad son fundamentales para la competitividad de nuestra economía, la **intermodalidad de los aeropuertos es esencial**, toda vez que de los 81,8 millones de turistas internacionales que nos visitaron en 2017, 66,6 millones (el 81,4%) utilizó el avión como medio de transporte.

En este sentido, es necesario analizar lo antes posible la viabilidad de la conexión de la red de Alta Velocidad con los aeropuertos de Barcelona El Prat y Adolfo Suárez-Madrid Barajas, que alimentaría y reforzaría la competitividad de ambos aeropuertos.

De esta manera, Madrid y Barcelona se equipararían a los grandes aeropuertos europeos que ya cuentan con conexión a la Alta Velocidad, como París, Ámsterdam, Viena, Roma, Copenhague, o Alemania, que cuenta con hasta tres aeropuertos conectados a la Alta Velocidad (Colonia, Frankfurt y Leipzig).

Sería asimismo de interés impulsar proyectos estratégicos transversales centrados en el desarrollo de soluciones digitales innovadoras (Apps, web, Big Data), que faciliten el acceso de los turistas a la reserva de viajes intermodales.

- **La mejora constante de la calidad de nuestros destinos exige medidas, actuaciones y esfuerzos económicos significativos de las diversas administraciones** (nacional, regional y local).

En este sentido, y a fin de hacer más competitiva nuestra oferta turística, se debe establecer como objetivo prioritario favorecer la **inversión y renovación de destinos turísticos maduros**, con una clara definición de la actuación de los actores intervinientes.

En concreto, se requiere establecer una línea de trabajo con una metodología clara y concisa, que precise la participación del sector público, y en su caso privado, en la rehabilitación de los destinos turísticos maduros y, especialmente, en lo que a espacios públicos de éstos se refiere (paseos, alumbrado público, aceras, calles, señalización, edificios públicos, etc.).

Para ello, se considera clave:

- La formalización de un Convenio de definición de inversiones privadas posibles con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).
- Suficiente dotación económica en los Presupuestos Generales para la continuidad de las inversiones en las zonas declaradas maduras: Baleares y Canarias (San Bartolomé de Tirajana) y Andalucía.

Por otro lado, se considera de interés que se procedan a **desarrollar planes de calidad turística** que persigan la fidelización del turista. Convertir al turista en prescriptor del destino puede ser una herramienta de utilidad.

- Es preciso articular **mecanismos de apoyo económico a los Municipios Turísticos**, así como ampliar los requisitos de su definición.
- La desestacionalización sigue siendo una asignatura pendiente del turismo nacional. Por ello, es prioritario impulsar **un Plan de Desestacionalización** que suponga la puesta en marcha de bonificaciones fiscales (IVA, IBI, IAE) y de la Seguridad Social y la creación de incentivos económicos, así como crear y/o incrementar incentivos al transporte de forma no discriminatoria entre modos. También se debe estimular la oferta de producto dirigido a los segmentos de población menos condicionados por la estacionalidad, de forma complementaria a los del IMSERSO.

Del mismo modo, resulta necesario el desarrollo concertado de programas europeos de desestacionalización, y aprovechar las oportunidades que ofrece el programa COSME para fomentar el turismo de calidad, los itinerarios culturales, el turismo social y el turismo sostenible.

- **Privatización de determinadas empresas públicas y establecimientos de uso turístico** que realizan competencia directa e indebida a la iniciativa privada.

- **La política turística debe tomar en consideración la rentabilidad económica del turista más que el número de turistas que llegan a nuestro país**, no precisándose un incremento de capacidad sino una mejor rentabilidad de la existente, valorándose adecuadamente el perfil del turista que nos visita. Ello requiere apostar por el perfil del turista que queremos más que por el número de turistas que nos visitan. Si bien, ello no es óbice para seguir considerando esencial mantener un elevado número de éstos.

En este sentido, y en línea con lo anteriormente señalado, se valora positivamente el cambio de paradigma del Plan Estratégico de Marketing de TURESPAÑA (2018-2020), que establece, por primera vez, el objetivo de generar 1.500 millones de euros en ingresos provenientes de turismo de calidad y sostenible, así como su apuesta por el turismo cosmopolita y de largo radio. No obstante, deben intensificarse los esfuerzos y generalizarse el enfoque relativo a la rentabilidad económica del turista en las diferentes políticas turísticas.

Asimismo, debe tomarse en consideración el diferente comportamiento de nuestro turismo, atendiendo a si éste depende de demanda nacional o internacional.

- La realización de **estudios comparativos de la oferta turística de nuestros competidores**, en especial en el segmento de sol y playa, sería de gran utilidad para definir programas de competitividad de nuestros productos y destinos.

Dichos estudios deben incorporar herramientas innovadoras para la toma de decisiones (como el Big Data), lo que permitirá aportar datos fiables y objetivos, además de una visión diferenciada a la que aportan los estudios convencionales.

- **Preocupación del sector por los anuncios relativos a la imposición de nuevas tasas por parte de gobiernos autonómicos y municipales, fundamentalmente de carácter medioambiental, relativas al alojamiento o al transporte de viajeros por carretera.** La implantación de cualesquiera tasas debe tomar en consideración la falta de competitividad y caída de la demanda que puede generar, pudiendo afectar negativamente a la percepción y recuerdo del destino por parte del turista.

La falta de dotación presupuestaria de los destinos no debe pretender ser suplida, con carácter general, por la implantación de las referidas tasas.

Asimismo, debe ponerse de manifiesto el riesgo del posible desvío de los fondos recaudados de los fines que inicialmente justificaron la implantación de la tasa, toda vez que el marco jurídico actual no garantiza el carácter finalista de la recaudación.

En aquellas comunidades autónomas que cuenten con tasas al alojamiento, debe procederse a revisar la normativa de aplicación, a fin de que la misma prevea el reparto equitativo de los recursos económicos entre las zonas o términos municipales en que se recauda.

En todo caso, ante la falta de competitividad que dichas tasas pueden conllevar, es preciso que su aprobación cuente con el consenso de los agentes económicos implicados.

Finalmente, desde un punto de vista técnico, se precisa un mejor análisis respecto a la figura tributaria que, en su caso, pudiera corresponder, así como una mayor coordinación de las políticas tributarias estatales, autonómicas y locales, suprimiéndose las figuras impositivas que comprometen la competitividad del sector.

➤ **La implantación y anuncio de moratorias turísticas por parte de gobiernos autonómicos y municipales genera un doble impacto negativo:**

- Sobre las inversiones en el sector turístico: las inversiones o bien se paralizan o bien se ven penalizadas en su rentabilidad al posponerse la toma de decisiones por parte de las administraciones facilitadoras de la inversión; tomándose en consideración que la renovación de los destinos obsoletos debe ser un objetivo prioritario de la política turística, cualesquiera factores de retraso deben ser evitados.
- Sobre los mercados emisores: la amplitud con la que los medios de comunicación de los principales mercados emisores (fundamentalmente, británicos y alemanes) suelen recoger la implantación o la mera declaración de intenciones de establecer moratorias turísticas conlleva un impacto negativo en dichos mercados.

➤ **Apoyo a la implementación, defensa y promoción de la Q como marca de calidad turística.**

Asimismo, y tomando en consideración el volumen de turistas extranjeros que España recibe, sería también de interés que desde el sector turístico se apueste por estándares internacionales reconocidos en los países de origen de dichos turistas.

➤ **Avanzar hacia la accesibilidad universal en el turismo.** Una mayor accesibilidad permitirá atender las necesidades y exigencias de un perfil más amplio de turistas (personas con discapacidad, mayores, etc.), pudiendo así incrementarse el flujo de demanda turística y contribuir a la desestacionalización de la actividad.

En este sentido, se debe trabajar por configurar la percepción de la accesibilidad en el turismo como un elemento de carácter transversal, que dota al turismo de una mayor calidad.

- **Necesidad de contar con estadísticas oficiales que contemplen tablas input-output**, básicas para elaborar las Cuentas Satélite del Turismo, y conocer la aportación del turismo al PIB.

Sería asimismo de interés impulsar un Observatorio Nacional de Turismo que aporte información continua, actualizada y de relevancia para el sector.

- **Impulsar una adecuación de los planes formativos a la realidad del sector**, haciéndose especial hincapié en la formación en idiomas y en la adaptación del trabajador a modificaciones tecnológicas.

En un sector, como el turístico, extraordinariamente cambiante y con el deber de adaptarse a las nuevas demandas del mercado, la configuración de nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas es continua. Por ello, la oferta formativa debe estar adaptada a las necesidades reales.

En este sentido, se precisa dar un nuevo enfoque a la formación para aumentar la empleabilidad en el sector.

Para lograr este objetivo, la Administración debe contar con la experiencia y conocimiento de las empresas turísticas españolas a la hora de conformar los itinerarios formativos.

Sería asimismo de interés, que el INE incorporara, con carácter regular, un estudio de necesidades formativas de cumplimentación obligatoria para el sector.

- **Favorecer la gestión eficiente de servicios** que inciden de manera estratégica en la competitividad (tales como seguridad, movilidad y limpieza) dotándoles de los recursos necesarios (humanos y financieros) y reforzándose en las zonas y temporadas de mayor afluencia turística.
- **Tomándose en consideración que los países emergentes representarán el 80% de los nuevos viajeros hasta 2030, se precisa la liberalización de visados** con países de Latinoamérica, antigua Unión Soviética y Asia, así como una mayor aportación de recursos para nuestros consulados que permita competir con los consulados de Inglaterra y Francia en China, Oriente Medio y resto de países, donde estamos en clara desventaja.

Asimismo, y toda vez que España ocupa el sexto país de Europa en visitas de viajeros procedentes de Asia, **se requiere un mayor apoyo a la conectividad y a la promoción en Asia** (fundamentalmente, con relación a China, India, sudeste asiático y Oriente Medio).

Con relación a esta última cuestión, se valora positivamente que el Plan Estratégico de Marketing de TURESPAÑA 2018-2020 persiga mejorar la conectividad aérea del turismo de largo radio, incrementando los incentivos al transporte aéreo para promover la apertura de nuevas rutas y el aumento de pasajeros. No obstante, desde el Consejo de Turismo de CEOE se considera que la conectividad es una condición necesaria, pero no suficiente. Es preciso **incrementar los esfuerzos en la promoción en origen para los turistas de mercados lejanos**, así como facilitar la agilización del proceso de emisión de visados antes reseñada.

Por otro lado, se requiere reforzar la posición con algunos destinos americanos.

- Con relación a normativa específicamente aplicable al sector turístico, y sin perjuicio de cualesquiera iniciativas legislativas de interés -sobre las que el Consejo de Turismo efectuará las correspondientes observaciones en tiempo y forma- **la normativa referida a propiedad intelectual es clave.**

Por otro lado, se considera de interés que la Ley de Costas amplíe a 300 metros el balizamiento de las playas y que se proceda a la regulación de un modelo de contrato administrativo especial para la instalación y explotación de los servicios de temporada de las playas, al objeto de incorporar cláusulas armonizadas referentes a deberes, obligaciones y derechos de ambas partes.

- **La seguridad es clave en un destino turístico.** Si la seguridad turística no está garantizada, la atención y las demandas de los turistas se reducirán y se dirigirán hacia destinos que les garanticen la misma.

Si bien España se caracteriza por ser un destino eminentemente seguro, es preciso seguir avanzando en esta materia. En este sentido, y puesto que la presencia de efectivos uniformados transmite tranquilidad y seguridad al turista, se requiere potenciar la cercanía de la atención policial en las zonas peatonales turísticas, con personal bilingüe que pueda fácilmente interactuar con los turistas y con los medios de transporte adecuados para desplazarse por dichas zonas peatonales. Asimismo, se debe facilitar la denuncia formal de los delitos a través de procedimientos breves que impulsen el uso de las nuevas tecnologías.

Por otro lado, la falta de higiene, los vagabundos, la prostitución en la vía pública, la mala iluminación de las calles o los vendedores ambulantes proyectan una imagen negativa y de inseguridad. Entre otros aspectos, es necesario trabajar para impedir que en el centro actúen bandas dedicadas a la venta ambulante de productos falsificados o robados y adoptar medidas para frenar su consumo.

III. PRIORIDADES DE CARÁCTER SECTORIAL

Alojamiento

- Se precisa avanzar en las **acciones a desarrollar respecto a la oferta ilegal, la competencia desleal y la economía sumergida** en el ámbito del alojamiento, tanto a nivel estatal, como autonómico y local.
- Avanzar en el desarrollo de una **normativa armonizada respecto al alquiler vacacional**, que contemple los nuevos modelos existentes, y atienda los derechos y obligaciones de las partes, así como los necesarios estándares de calidad. Sin perjuicio de la distribución competencial existente, debe impulsarse la aprobación de una normativa marco de las viviendas de uso turístico que sirva de frontispicio para la regulación autonómica.

En este sentido, será de interés que se proceda a la modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos y la Ley de Propiedad Horizontal.

- Se precisa el desarrollo de un **Plan de desestacionalización turística** que, entre otras medidas, reivindique la necesidad de ventajas fiscales y bonificaciones en los pagos a la Seguridad Social con relación a determinados meses y zonas turísticas.
- **Prohibición de las cláusulas de paridad de precios hoteleros** aplicadas por las grandes plataformas de distribución turística, por suponer una limitación a la libertad de los hoteles españoles en cuanto a su actividad comercial, en línea con la decisión adoptada por varios países de nuestro entorno.

Las autoridades españolas, a través de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia deben impulsar la creación de un renovado marco contractual que restablezca las condiciones de una relación comercial basada en la confianza entre hoteles y páginas de reserva en interés del consumidor.

- Se precisa que en las **estadísticas turísticas oficiales** se desglosen los datos relativos a la totalidad de las Comunidades Autónomas (evitándose apartados tales como “resto de destinos”) y se amplíen los mercados emisores.
- Aumentar la dotación presupuestaria del **IMSERSO**.
- **Unidad de mercado en la legislación:** fundamentalmente, en materia de política sanitaria, medioambiental, incendios, clasificación y categorización.
- Mayor facilidad para completar la ficha de **Policía**.
- Impulsar y fomentar nuevos **proyectos que potencien el beneficio económico, social y ecológico de las zonas turísticas de España**.
- Se mantienen **excesivas cargas administrativas**, fundamentalmente con relación a los pequeños empresarios autónomos. Es por ello necesario establecer criterios de fiscalidad razonables, que fomenten y no ahoguen la actividad económica, y que tengan en cuenta la proporcionalidad de redistribución de los recursos obtenidos. El sector hotelero recauda numerosos recursos y recibe muy pocos incentivos y apoyos a la actividad.
- **Potenciar España como destino turístico inteligente (DTI)** y aprovechar la tecnología asociada al Big Data y la Inteligencia Artificial para **poner en marcha la Oficina Española de Inteligencia Turística**, aprovechando la creación de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes por parte del MINCOTUR.

Asimismo, se debe prestar especial atención al potencial mercado turístico relacionado con las criptomonedas.

- **Potenciar España como destino del turismo residencial.** A estos efectos, se debe poner en valor nuestra calidad de vida y facilitarse los trámites de adquisición de vivienda, adoptándose un régimen fiscal propio y competitivo, como el que ya disponen los países de nuestro entorno, de conformidad con las recomendaciones del Informe de la Comisión de Expertos para la reforma del Sistema Tributario Español (febrero de 2014).

Balnearios

- Control y cumplimiento de la legislación en materia de publicidad con relación a la **inadecuada utilización del término balneario** en centros de alojamientos y spas que no disponen de Aguas Minero-medicinales declaradas de Utilidad Pública ni cumplen la legislación sanitaria exigida a los balnearios.

- Se precisa que el **sector de los balnearios aparezca diferenciado y desglosado en las estadísticas turísticas oficiales**, del resto de las ofertas de alojamiento, puesto que las cifras reales tanto de ocupación como de facturación son completamente diferentes al ser el producto balneario un nicho de mercado con comportamiento propio. La no diferenciación en las estadísticas provoca en ocasiones análisis equivocados del sector desde entidades financieras y tasadoras homologadas por el Banco de España.
- Aumentar la dotación presupuestaria para el **Programa de Termalismo Social del IMSERSO**.
- Los balnearios son clave en el **Turismo de Salud**, potenciando España a nivel internacional.
- Creación específica de ayudas para la **implementación de nuevas tecnologías** aplicadas a la gestión de los Manantiales de Aguas Minero-Medicinales como recurso minero.

Transporte aéreo

CEOE está actualmente elaborando el Informe “El transporte aéreo: aportación a la economía española y propuestas para la mejora de su competitividad”. Tras su finalización, será remitido al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Restauración

- Debe procederse a la **aprobación de un plan específico de promoción del turismo gastronómico** y de líneas de promoción especializadas. La gastronomía se ha convertido en un factor clave de diferenciación de nuestra oferta turística y en un importante elemento de diversificación y desestacionalización. Se configura asimismo como un eje fundamental de imagen de calidad y promoción de la marca España, y como una de las principales motivaciones del turista cosmopolita.
- Se precisa la **persecución de la competencia desleal y la economía sumergida**: el botellón, la venta ambulante e ilegal de bebidas y comidas, las carpas ilegales actuando como establecimientos de celebraciones y banquetes en fincas privadas. Igualmente están proliferando todo tipo de actividades incívicas, vandálicas e incluso ilegales conexas a las anteriores, que no hacen más que perjudicar al sector hostelero, y en general, a la imagen que estamos transmitiendo a los turistas que nos visitan, desvalorizan nuestra oferta y generan constantemente problemas vecinales de convivencia.

La administración local y autonómica han de ser firmes en la persecución de este tipo de actividades y dejar de actuar como si fueran un problema menor.

- En España la política de desarrollo del turismo local es una competencia plena de Comunidades Autónomas, Diputaciones y Ayuntamientos. Por eso el sector hostelero y turístico se juega mucho en el ámbito local. **Las asociaciones de hostelería, los diferentes actores del sector turístico y los ciudadanos quieren tener una parte activa más importante en la planificación de destinos turísticos mejorándose la planificación de desarrollo de productos.** No sirven las mismas soluciones en todos los destinos. Es por ello necesario abrir un amplio debate sobre qué tipo de turismo se quiere y se debe potenciar en cada territorio.
- Debe efectuarse una **reforma equitativa de los sistemas de fijación de aforos.** Con demasiada frecuencia la capacidad de acogida de un establecimiento hostelero que autoriza una entidad local no se corresponde con la realidad física del establecimiento ni con el número de personas que podría acoger, todo ello sin merma alguna en las condiciones y medidas de seguridad. Procede y es preciso establecer un criterio técnico único a todas las entidades locales que permita establecer el aforo de seguridad en este tipo de establecimientos, al objeto de poder definir cuándo se genera una situación de riesgo real para las personas y los bienes por este motivo, con independencia de otras consideraciones de tipo urbanístico.
- Es necesario el apoyo tanto de las administraciones autonómicas como locales para conseguir una **reforma de la Ley de Propiedad Horizontal**, a fin de que el empresario hostelero tenga unos derechos razonables a la hora de instalar maquinaria de ventilación o extracción en la cubierta de los edificios.
- La hostelería es uno de los pilares del turismo y es necesario que las administraciones e instituciones se involucren directamente a la hora de facilitar **ayudas económicas específicas que impulsen la adquisición de equipamientos eficientes.** El sector de la hostelería, de la misma manera y necesidad que otros sectores, requiere de ayudas importantes en estos momentos de cambio de estrategias y de búsqueda de una mayor dinamización de la oferta turística.
- Se está produciendo una **declaración indiscriminada de zonas especialmente protegidas de ruidos.** En las ciudades están proliferando los barrios sin ningún tipo de actividad nocturna debido a la falta de racionalidad de los poderes públicos ante la más mínima queja vecinal. Se está eliminando la vida nocturna sin ningún tipo de orden o racionalidad. La convivencia cívica y respetuosa entre habitantes locales y turistas es

posible, y para ello debe promoverse un turismo de calidad que siga potenciando la imagen de España como destino turístico.

- Debe impulsarse la **participación del sector de la hostelería y del alojamiento en los Planes Generales de Ordenación Urbana (PGOU)**. Estos planes establecen el modelo de ciudad que se pretende, y la hostelería y el alojamiento, como principales atractivos turísticos y económicos de cualquier ciudad, deben ser oídos de primera mano. Por ello es necesario mejorar la participación del sector privado y mejorar la cooperación a todos los niveles, desde la FEMP, hasta Comunidades Autónomas y Ayuntamientos.
- Se precisa **impulsar los Consorcios de gestión público-privados**. La iniciativa pública y privada han de ir de la mano en aquellos proyectos y actividades que son estratégicos para el devenir de una determinada ciudad o Comunidad Autónoma. Compartiendo sinergias los resultados siempre serán más positivos. Por ello es necesario desarrollar estos entes y los sistemas de participación, desde FEMP, hasta Comunidades Autónomas y Ayuntamientos.
- Aunque se ha avanzado significativamente, todavía **siguen existiendo excesivas cargas administrativas**, sobre todo para los pequeños empresarios autónomos. Unido a lo anterior, es necesario **establecer criterios de fiscalidad razonables**, que fomenten y no ahoguen la actividad económica, y que tengan en cuenta la proporcionalidad de redistribución de los recursos obtenidos. La hostelería recauda numerosos recursos y recibe muy pocos incentivos y apoyos a la actividad.

Alquiler de coches

- Reconocer el alquiler de coches como actividad turística y, consecuentemente, aplicación del **tipo reducido de IVA para el sector de alquiler de vehículos sin conductor**.
- Se precisa avanzar en las **acciones a desarrollar respecto a la oferta ilegal** y la competencia desleal.
- **Evitar la creación de nuevos impuestos o gravámenes sobre la actividad**.
- La **aprobación de condiciones generales de contratación** en defensa del consumidor y para dotar de transparencia e igualdad al mercado del alquiler de vehículos

Ocio nocturno

- **Se precisa un mayor control y seguimiento de las actividades que generan competencia desleal.**

- En línea con lo anteriormente manifestado, es preciso **impulsar una mayor armonización de la normativa aplicable**. En el ámbito del ocio nocturno, y en especial en las salas de fiesta y discotecas, se han detectado más de diecisiete situaciones reguladas de 15 formas distintas según la Comunidad Autónoma donde se encuentre ubicada la actividad.

La diferente regulación autonómica de los principios establecidos en la Ley 17/2009 de libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, ha ocasionado, de nuevo, exigencias desiguales a situaciones idénticas. Estas diferentes formas de exigencia conllevan que sea, por lo menos, dificultoso que un empresario que realiza su actividad en una Comunidad Autónoma tenga garantía de que las exigencias que le van a requerir en otra, incluso limítrofe, sean las mismas.

Parques de atracciones y temáticos

- Se precisa que las entradas a los parques de atracciones y temáticos queden sujetas al **tipo reducido del IVA**, toda vez que conforman una parte importante de la actividad turística de nuestro país.

Turismo de compras

- Potenciar y promocionar España en los mercados emisores como destino para el Turismo de Compras.
- **Mejorar las condiciones de la devolución del IVA a turistas extracomunitarios** para promocionar a España como destino de compras y fomentar el gasto de los turistas, atrayendo un turismo de mayor valor. Para ello, es fundamental reforzar la implantación del sistema de validación digital de las devoluciones del IVA, tal y como se hace en otros estados miembro, y establecer su uso obligatorio, ya que el sistema digital permite agilizar la gestión, reducir costes administrativos y mejorar la experiencia y satisfacción del turista.

Se valora positivamente la modificación efectuada en la recientemente aprobada Ley General de Presupuestos respecto a la eliminación del límite establecido para la devolución del IVA a los turistas extracomunitarios.

- Impulsar las Zonas Comerciales Abiertas en España, como elemento dinamizador de las ciudades, potenciándose el binomio turismo-comercio.

Congresos y ferias

- **Promoción** y comercialización de España como destino de reuniones. Será necesario que las ciudades cuenten con una dotación de infraestructuras acorde con el volumen de reuniones de las mismas.
- Necesidad de creación de un **sistema único, eficaz y objetivo de medición** del impacto económico de la industria española de reuniones y eventos.
- Posibilitar y propiciar por la Administración Pública un **análisis exhaustivo de los mercados y destinos**.
- Fomentar la **coordinación interadministrativa**.
- Propiciar un **crecimiento sostenible** del sector.
- Establecer **estrategias conjuntas** entre las Administraciones Públicas y el sector privado.
- **Reconocimiento y diferenciación** de los Palacios de Congresos y Ferias como infraestructuras claves, así como su papel de eje vertebrador del turismo de reuniones.
- **Potenciación y posicionamiento de las ciudades españolas que están apostando por ser destino MICE**. En este sentido, entre otros, se requiere la urgente puesta en marcha del Palacio de Congresos y Exposiciones de Madrid.
- Realización de **estudios rigurosos de viabilidad**, previos a la construcción de nuevos equipamientos congresuales y feriales.
- **Consolidación de los edificios existentes** ante la evolución permanente de las tecnologías y el desgaste por el uso y el paso del tiempo, mediante ayudas a la inversión, funcionamiento y mejora de sus instalaciones; modernización.
- Fortalecer las estructuras, aumentar los estándares de **calidad** y la **formación, fidelizar** a los clientes y realizar esfuerzos para la captación de otros nuevos.
- **Control de las cesiones gratuitas** por parte de algunas instalaciones públicas y privadas que pueden dificultar la leal competencia y producir una merma en los ingresos de la hacienda pública.
- Regularización del sector enfocada a mejorar la calidad y competitividad; rebaja del tipo de **IVA** aplicable.

- **Adecuación de la oferta complementaria.**

Turismo Activo

- Se precisa la aplicación del **tipo reducido del IVA**, toda vez que el turismo activo conforma una parte importante de la actividad turística en nuestro país.
- Creación de un **registro oficial de empresas**. Se ha producido un crecimiento considerable del intrusismo en un sector que, entre otras, realiza actividades de riesgo. El registro garantizaría el cumplimiento de los requisitos legalmente exigibles, con garantías de servicio y seguridad al usuario.
- Desarrollo de políticas asociadas al turismo activo, ante su impacto en entornos naturales y protegidos.

Transporte de viajeros por carretera

- La **actividad discrecional y turística** contribuye de manera decisiva al desarrollo de otras actividades económicas, especialmente el turismo. Por ello habría de recibir **medidas específicas de apoyo** que fomenten su consistencia económica, su rendimiento empresarial y su estabilidad. Se debería establecer un programa específico como parte fundamental del sector turístico.
- Fomentar la creación de paradas estratégicas y áreas de aparcamiento de autocares en zonas de interés turístico, contribuyéndose de este modo al desarrollo del turismo sostenible.
- **Políticas que favorezcan el equilibrio intermodal** y que brinden mayores réditos a la sociedad por la vía de una competencia más justa y/o una complementariedad más eficaz. Entre ellas, destaca la necesidad de avanzar en las acciones a desarrollar respecto a la oferta ilegal, adecuadas políticas tarifarias en medios de transporte terrestre competidores, y una modernización equilibrada de las infraestructuras de las que depende crucialmente el autobús para un desempeño eficiente de sus actividades.
- **Plan integral de Modernización y rediseño de las estaciones de autobuses**, que son infraestructuras clave para que el desempeño de la actividad, y contribuyen a una satisfactoria experiencia de viaje. Este plan debería cubrir, al menos, la renovación de las estaciones de autobuses de las capitales de provincias y de los núcleos de población de más de 100.000 habitantes que sean nodos de comunicación vertebradores de sus respectivos territorios. Las estaciones potencialmente beneficiarias de este plan

sumarían un total aproximado de 60. En términos de usuarios potencialmente beneficiarios, éstos podrían superar los 650 millones al año.

Tomándose en consideración que en muchos municipios el servicio de autobús es la única alternativa al vehículo privado, el plan de modernización de estaciones de autobuses es urgente.

- Construcción y habilitación de **carriles bus y plataformas reservadas** como forma de reducir la congestión, contaminación en los ejes de acceso a las ciudades y mejorar la calidad del servicio público, especialmente en las conexiones con los principales aeropuertos.
- Finalización de los planes concesionales en las Comunidades Autónomas y licitación de las concesiones actualmente en precario con estándares de calidad armonizados para crear una red de transporte público regular de acceso a todo el territorio.

Agencias de viajes

- Incremento de la **lucha contra el intrusismo profesional** en el sector de agencias de viajes.
- Promoción de una mayor **armonización de los requisitos exigibles a las agencias de viajes** en las distintas Comunidades Autónomas; entre ellos, los requisitos de apertura.
- Adecuada transposición de la **Directiva de Viajes Combinados y Servicios de viaje vinculados**, actualmente en fase de enmiendas: debe establecerse una responsabilidad por ámbito de gestión entre las agencias vendedoras y las agencias organizadoras, suprimiéndose la garantía solidaria entre ellas.
- **Retirada de los identificadores biométricos** en la tramitación de visados en el mercado ruso.
- Mayor **celeridad en la actualización de las recomendaciones de viajes en el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación**, dado que en ocasiones hay bastante lapso de tiempo entre que se produce una incidencia grave en un país y se publica la recomendación de no viajar y, además, a la inversa, en ocasiones sigue habiendo en un determinado país una recomendación de no viajar cuando su situación ya se ha normalizado.
- Dotar a las Administraciones de la regulación y los medios adecuados para la **lucha contra el fraude e intrusismo en el ámbito de internet**.

Turismo de Salud

- Potenciar España como **destino para el Turismo de Salud**. Es preciso establecer un plan de acción que posicione a España en el mapa internacional del turismo de salud como una verdadera potencia.
- Se requiere una mayor actuación y coordinación de las administraciones públicas implicadas.

Turismo de golf

- En el marco de un futuro Plan Nacional de Turismo, se precisa **definir y desarrollar un Programa Específico para el turismo de golf**, que contemple diferentes ámbitos de actuación como el impulso de la innovación, la digitalización y la utilización de Big Data.
- Las distintas administraciones públicas deben colaborar con la **promoción y captación de grandes eventos de golf** y aumentar, de esta forma, la exposición del escenario turístico español. Una mayor promoción del turismo de golf conllevará atraer turistas de mayor rentabilidad económica.
- Se precisa la aplicación del **tipo reducido del IVA**, en línea con el régimen existente anterior a la modificación efectuada por el Real Decreto-Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.
- Es preciso avanzar en la normativa relativa a la formación y capacitación del personal.
- El turismo de golf puede jugar un papel esencial dentro del turismo de salud.

Turismo con mascotas

- **Potenciar y promocionar España como destino “pet friendly”**. Supondría una ventaja competitiva respecto a otros destinos que no contemplan ni facilitan este tipo de turismo, podría favorecer la desestacionalización e impulsar el turismo de interior o el turismo rural.

Tomando en consideración que en Europa hay alrededor de 100 millones de gatos y 85 millones de perros y que en España casi la mitad de los hogares (48,7%) cuenta con uno, es un sector con un importante potencial de crecimiento.

- Impulsar **cambios legislativos que faciliten la accesibilidad** de las personas con animales de compañía en espacios comunes, medios de transporte, alojamientos, comercios, áreas de restauración, playas, parques, zonas naturales, etc., a fin de lograr una mayor integración de la mascota en la sociedad. En este sentido, se debe proceder a una revisión y actualización de la legislación prohibitiva.

Asimismo, se debe **incrementar la coordinación interadministrativa** a estos efectos.

- Fomentar un **transporte de calidad de los animales de compañía**, que ofrezca condiciones óptimas de temperatura, atmósfera respirable, higiene, volumen, asistencia etc., que no ponga en riesgo la salud, integridad, seguridad o la vida de los animales transportados. Las condiciones de transporte de los animales de compañía pueden constituir una gran barrera para el desarrollo de este tipo de turismo, en beneficio de destinos competidores nuestros.
- Necesidad de que se proceda a la recopilación de datos y **realización de estudios económicos** sobre el impacto del turismo con mascotas, tanto nacional como internacional.