

# Perspectivas turísticas

Valoración empresarial del verano  
de 2013 y perspectivas para el  
cuarto trimestre y el conjunto del  
año



---

# Balance empresarial del verano de 2013

(Tercer trimestre)

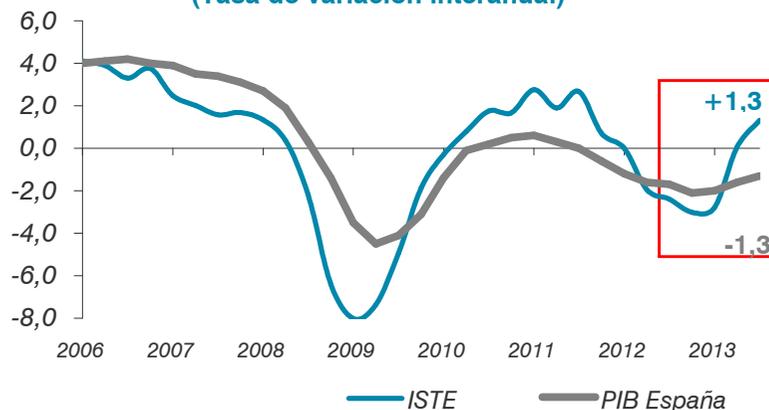
El sector turístico ejerce de motor de la recuperación de la economía española en el tercer trimestre del año. El repunte de la actividad turística durante el verano permitió un crecimiento del PIB turístico del +1,3% de julio a septiembre de 2013 respecto a los mismos meses de 2012, lo que supone una aportación positiva de 0,14 puntos al PIB de España, ayudando a ralentizar sus ritmos de descenso.

Gracias a ello la confianza de los empresarios turísticos mejora 25,9 puntos en relación con los niveles de antes del verano.

■ El sector turístico confirma en verano las expectativas de crecimiento de su actividad hasta el +1,3%, ejerciendo de motor de la recuperación de la economía española, que los analistas estiman descendió el **-1,3% en el mismo tercer trimestre**.

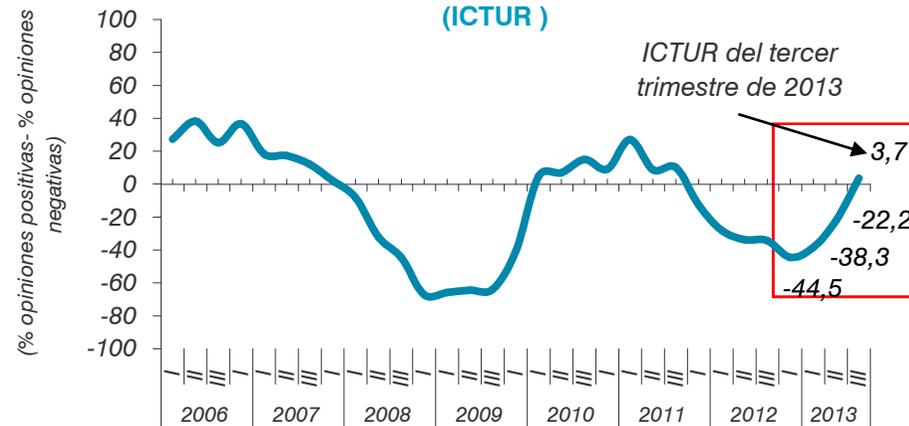
■ A pesar del desigual impacto por subsectores y destinos del aumento de la actividad turística, el indicador de confianza de EXCELTUR (ICTUR), que resume el sentimiento del conjunto de empresarios turísticos, españoles mejora sustancialmente **hasta situarse a comienzos de octubre en positivo (3,7)**, mejorando en 25,9 puntos respecto a los niveles que presentaba a comienzos del mes de julio.

**Dinámica comparada del ISTE (PIB Turístico) y del PIB de España. Años 2006-2013**  
(Tasa de variación interanual)



Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

**Confianza Empresarial**  
**TOTAL DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL**  
**Índice de Clima Turístico Empresarial de EXCELTUR**  
**(ICTUR)**



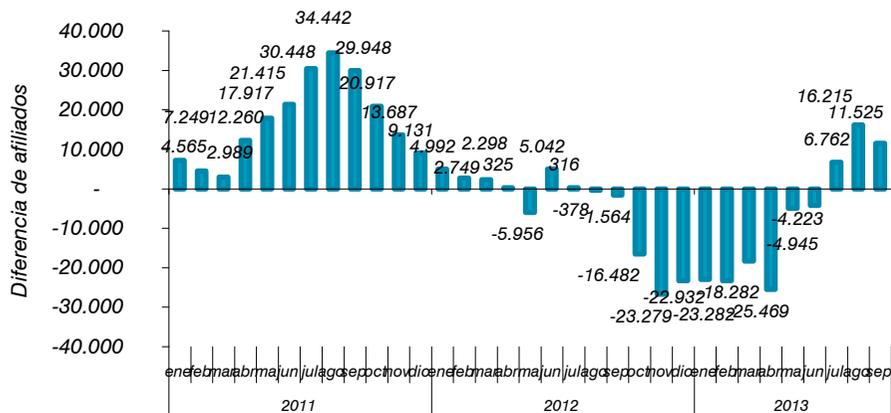
Fuente: Encuesta de Clima Turístico Empresarial, EXCELTUR

El crecimiento de la actividad turística en el tercer trimestre de 2013 se ha traducido en la generación de 11.525 empleos netos (+1,1%), con los últimos datos disponibles de afiliación de la seguridad social del mes de septiembre, erigiéndose como el único de los grandes sectores de la economía española que está mitigando el problema del desempleo en España.

■ Acorde con el aumento de actividad, durante el verano el sector turístico ha encadenado tres meses consecutivos de creación de empleo, en relación con los registros del pasado año

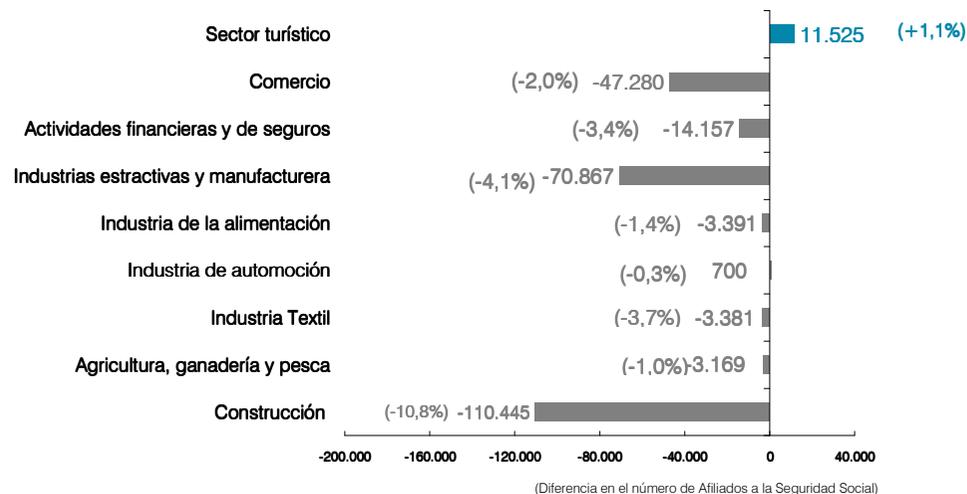
■ Con ello, el sector turístico cierra el mes de septiembre como el único de los grandes sectores de la economía española que ha generado empleo neto en términos interanuales.

**Capacidad de creación de empleo del turismo**  
(Diferencia de afiliados a la seguridad social en volumen 2011-2013)



Fuente: Exceltur a partir de Seguridad Social

**Comportamiento del empleo en España por Sector de Actividad**  
Variación interanual (agosto 2013/agosto 2012)



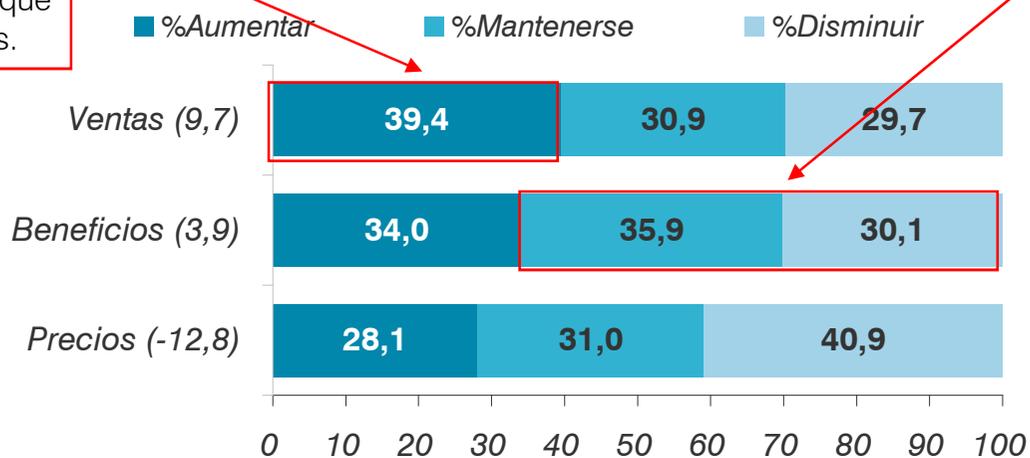
Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de datos de la Seguridad Social

El positivo balance macroeconómico del sector turístico no impide un comportamiento microeconómico muy desigual por destinos, subsectores y empresas, en base a su posicionamiento geográfico de origen de demanda y capacidad de diferenciación.

El 60,6% de las empresas turísticas españolas no consiguieron incrementar sus ventas y el 66,0% sus resultados, durante este tercer trimestre de 2013 en el que se ha incrementado la actividad

La concentración del aumento de la actividad turística en los destinos de la costa, por el tirón de la demanda extranjera, sólo afecta al 39,4% de las empresas españolas, que consiguen incrementar sus ventas.

**BALANCE DEL TOTAL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL**  
 basado en las opiniones empresariales  
 Verano (III Tr) de 2013



El fuerte y generalizado aumento de los costes (financieros y de suministros), y el efecto de la subida del IVA siguen dificultando la traslación de la mejora de las ventas a los resultados.

(\*) Las respuestas están calculadas como la diferencia entre los % de respuestas positivas y negativas.

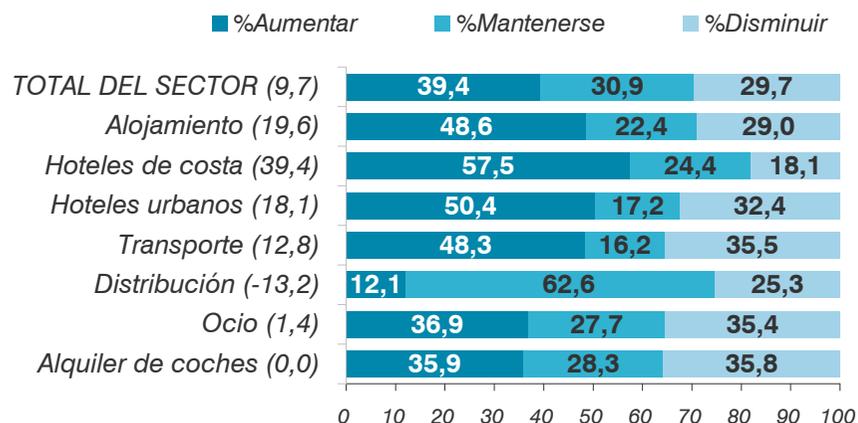
# RESULTADOS POR SUBSECTORES (I)

Los hoteles de la costa, las empresas de transporte posicionadas en el segmento vacacional y Renfe cierran el mejor balance durante el verano, con incrementos en las ventas y mejoras más moderadas en los resultados. Los hoteles urbanos incrementan ventas respecto al verano de 2012 a costa de bajar precios, mientras las empresas de alquiler de coches y la oferta vinculada al disfrute del ocio, presentan resultados muy distintos en función de su localización y especialización por mercados. Los resultados más desfavorables los sufren las agencias de viajes y grandes touroperadores españoles.

- El 57,5% de los hoteles de la costa cierran el verano con un incremento de sus ventas, gracias tanto a mayores niveles de ocupación como a la leve recuperación de los precios frente a touroperadores (el REVPAR sube el +3,9%), que sólo consiguen incrementar los resultados en el 43,0% de los mismos debido a los mayores costes de suministros y financieros.
- Impulsado por una nueva rebaja en los precios realizada por el 46,1% de los establecimientos, las mayores ocupaciones permiten al 50,4% de los hoteles urbanos españoles incrementar levemente sus ventas en el 3er trimestre (+1,3% el REVPAR), rompiendo la tendencia a la baja de los últimos 2 años. La mejora en ventas, sin embargo, apenas permite mejorar los resultados en el 37,9% de los hoteles de ciudad, con unas perspectivas negativas para el cuarto trimestre.

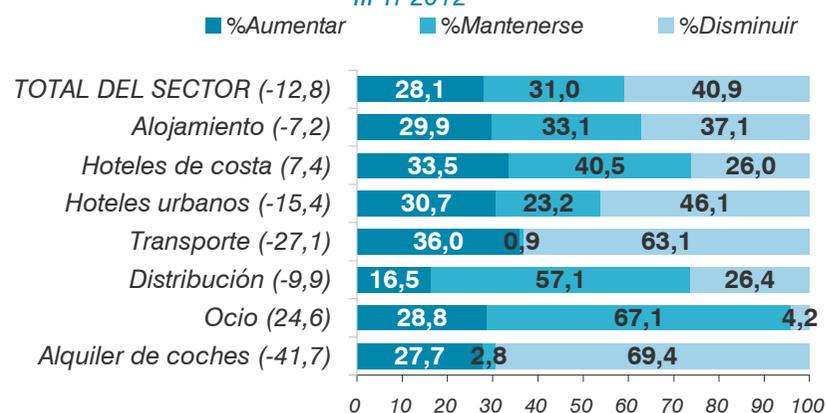
## Opinión empresarial sobre la evolución de las ventas

III Tr 2013



## Opinión empresarial sobre la evolución de los precios

III Tr 2012

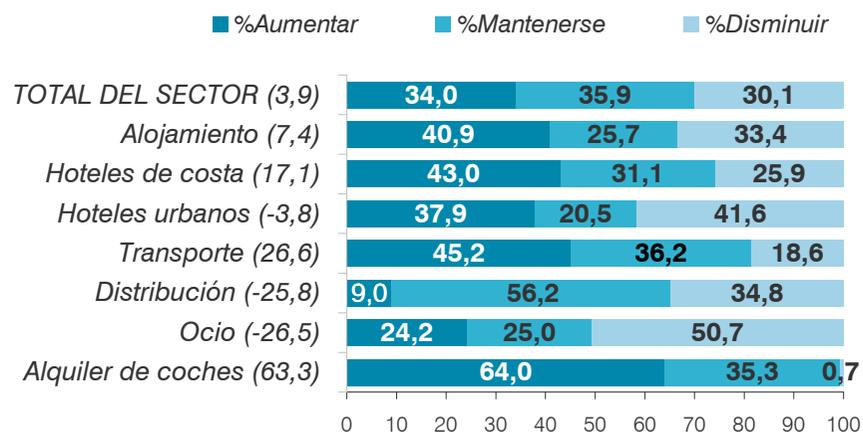


• Las **agencias de viajes tradicionales** siguen lastradas por la falta de tirón de la demanda interna, si bien se ha frenado la caída de ventas y resultados, mientras continua el ajuste con la desaparición de agencias. **El 62,8% de las mismas repite en verano los niveles de ventas de 2012 y el 56,2% sus resultados**, sin que aún se perciba de momento una clara línea de mejora.

• **Fuerte disparidad de resultados entre las empresas de transporte.** Renfe y las líneas aéreas especializadas en el punto a punto y en el segmento vacacional incrementaron sus ventas y mejoraron su resultados en el verano, al igual que algunas compañías de alquiler de coches que han sabido rentabilizar el mayor flujo de turistas a las costas.

• **Las empresas de ocio** en zonas de predominio de la demanda nacional registraron descensos en sus ventas durante el verano, mientras los museos, monumentos parques de ocio y campos de golf localizados en zonas de predominio de demanda extranjera o con un producto muy diferenciado cierran el verano de 2013 con mayores ventas, que no se traduce en toda su intensidad en sus resultados, por el efecto de la subida del IVA y el incremento de los costes energéticos y de suministros.

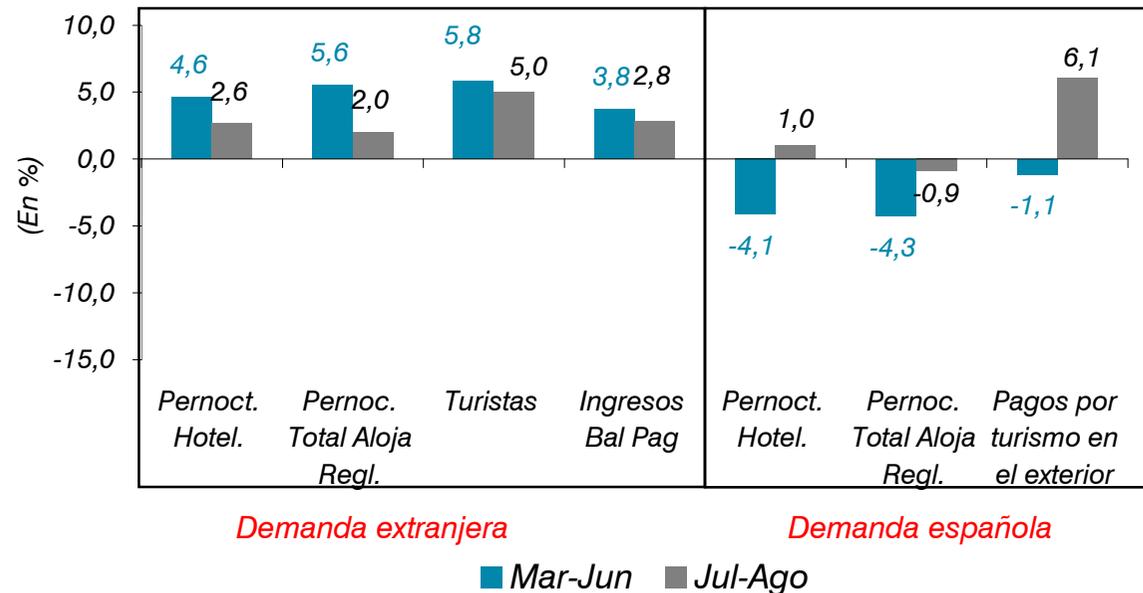
**Opinión empresarial sobre la evolución de los beneficios**  
III Tr 2013



El distinto comportamiento según los orígenes de la demanda explica la disparidad de balances empresariales por destinos y subsectores. El turismo extranjero mantiene su fortaleza, aunque a ritmos de crecimientos menos intensos que los de primavera y concentrado en las zonas de la costa mediterránea y las islas, mientras la demanda española ha ralentizado notablemente sus ritmos de caída, que empieza a estar en positivo en algunos indicadores, como las noches de hotel y los pagos de viajes al exterior en los meses de julio y agosto.

El turismo extranjero hacia España ha continuado creciendo en el tercer trimestre, si bien a ritmos algo inferiores a los experimentados durante la primavera

**Comparación de indicadores de demanda extranjera y demanda española en 2013\***  
 (% var Mar-Jun 2013/2012 y Jul-Ago 2013/2012)



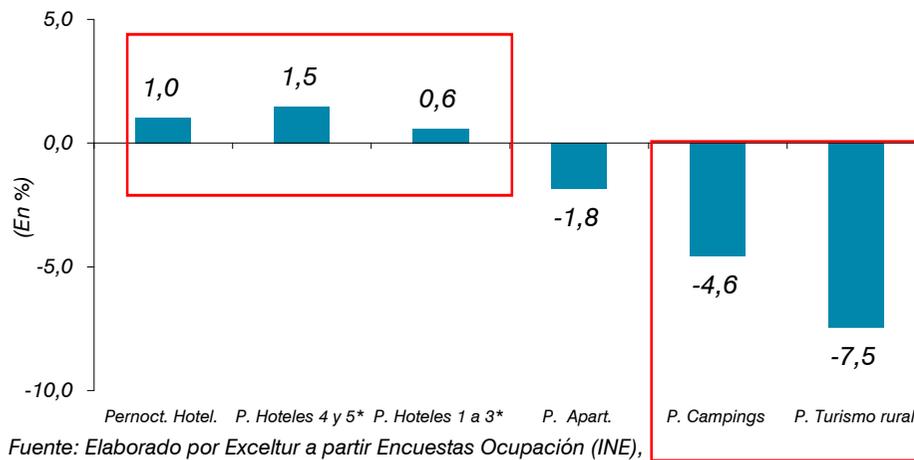
La demanda de viajes de los españoles ha intensificado su recuperación, ralentizando notablemente sus tasas de caída

(\*) Datos de ingresos de extranjeros y pagos exteriores de españoles hasta julio

La demanda turística española da muestras de haber tocado fondo durante los meses de verano de 2013. El conjunto de indicadores de su consumo turístico han reducido notablemente los ritmos de caída de los últimos trimestres, alcanzado algunos de ellos moderados crecimientos, si bien impulsados por fuertes rebajas en los precios

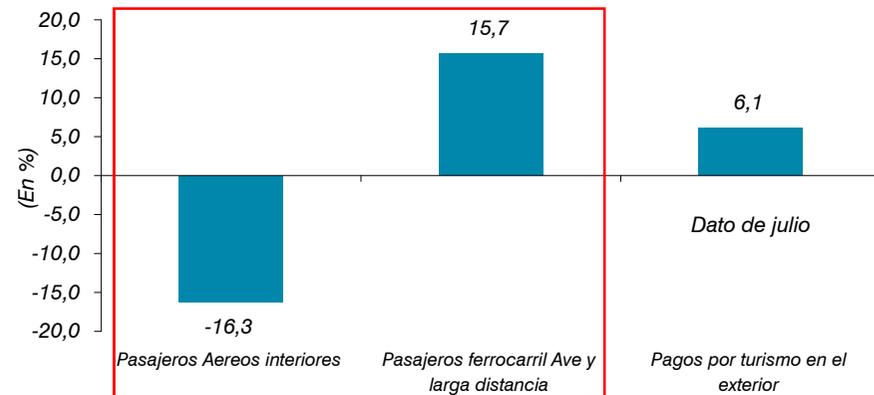
- Durante los meses de julio y agosto, los españoles han intensificado su consumo de noches de hotel, han utilizado más el tren y han incrementado sus viajes al exterior, aprovechando la aplicación de intensas políticas de reducción de precios

**Indicadores de demanda española por TIPOLOGÍAS DE ALOJAMIENTO REGLADO en 2013\***  
(% var Jul-Ago 2013/2012)



Los españoles reducen el uso de alojamientos rurales en julio y agosto, a favor de unos hoteles con fuertes bajadas de precios

**Indicadores de demanda española por MEDIOS de TRANSPORTE en 2013**  
(% var Jul-Ago 2013/2012)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas de movimientos de viajeros del INE y Banco de España  
(\*) Datos de pagos por turismo en el exterior hasta el mes de agosto

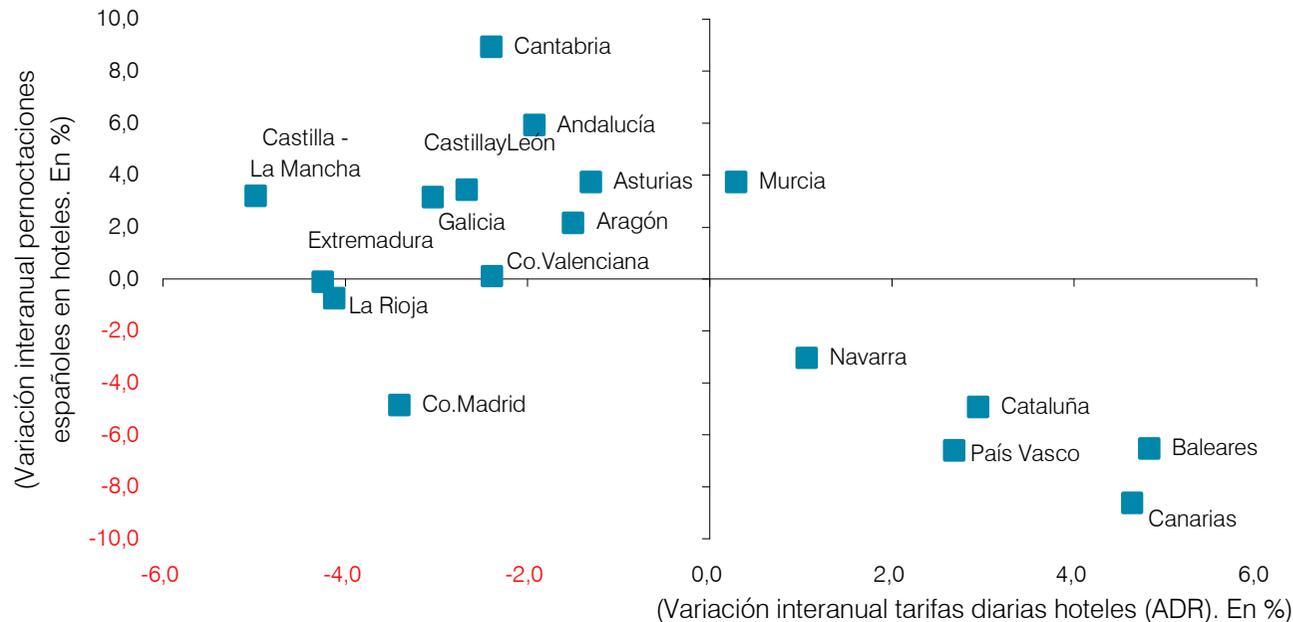
La fuerte reducción de precios del AVE y la larga distancia de RENFE ha multiplicado el uso del tren (+15,7%) en detrimento del avión (-16,3%) en los viajes internos durante los meses de verano.

# DEMANDA NACIONAL

Sólo en los destinos donde han bajado los precios se ha producido un incremento de la demanda de los españoles hacia su planta hotelera. En los archipiélagos de Baleares y Canarias, y las comunidades de Cataluña y el País Vasco, cuya fuerte presencia extranjera les ha permitido incrementar los precios, se observan, sin embargo, caídas en el número de pernoctaciones de los españoles, salvo Madrid donde descienden precios y pernoctaciones.

Evolución de la demanda española en establecimientos hoteleros vs  
variación precios hoteleros por CCAAs  
Jun-Ago 2013 vs Jun-Ago 2012. En porcentaje

**Aumentan las pernoctaciones  
de españoles**



Fuente: Exceltur a partir EOH Indicadores de Rentabilidad (INE)

**Donde caen  
los precios**

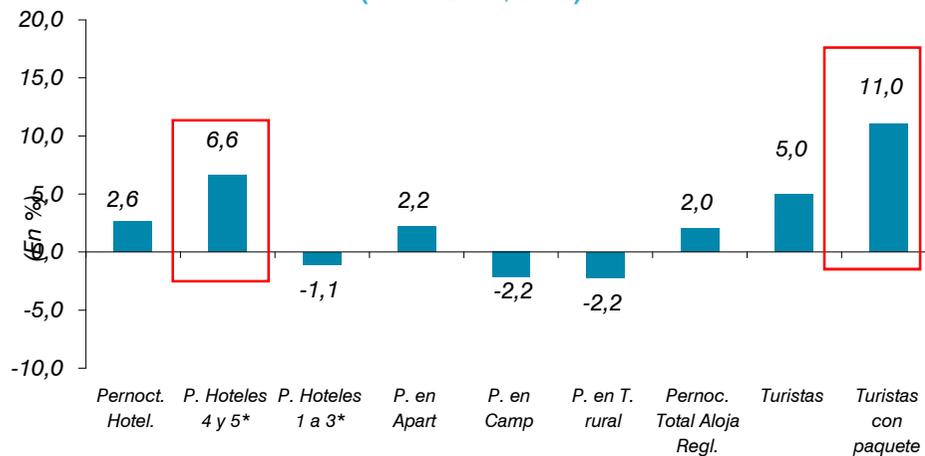
La demanda extranjera tira del sector turístico español durante el verano, si bien a ritmos algo inferiores a los del 2º trimestre. Su crecimiento continua muy vinculado a los flujos de turistas adicionales derivados de la inestabilidad en el mediterráneo (principalmente de Egipto), la mejora en el consumo de nuestros principales mercados y el fuerte crecimiento de los turistas del este (ruso) y de los nórdicos.

A pesar de la mayor afluencia, no se consigue mejorar el ingreso promedio por turista extranjero que revierte a España, que desciende hasta julio un -2,1%, en base a la información del Banco de España.

El turista de paquete, consumidor de hotel de 4 y 5 estrellas representativo de los países del mediterráneo oriental es el que protagoniza el crecimiento en los meses de verano

A pesar de la mayor llegada de turistas y su efecto sobre la mejora de los ingresos totales (+2,7% hasta julio), el ingreso medio real por turista, calculado a partir de los datos del Banco de España, continua descendiendo (un -2,1%), recordando los retos pendientes en la mejora del perfil de turista y su capacidad de gasto en destino.

**Indicadores de demanda Extranjera en España**  
(% var 2013/2012)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir Encuestas Ocupación (INE), Banco de España, IET  
(\* Datos de pagos por turismo en el exterior y de pasajeros hasta el mes de Abril.)

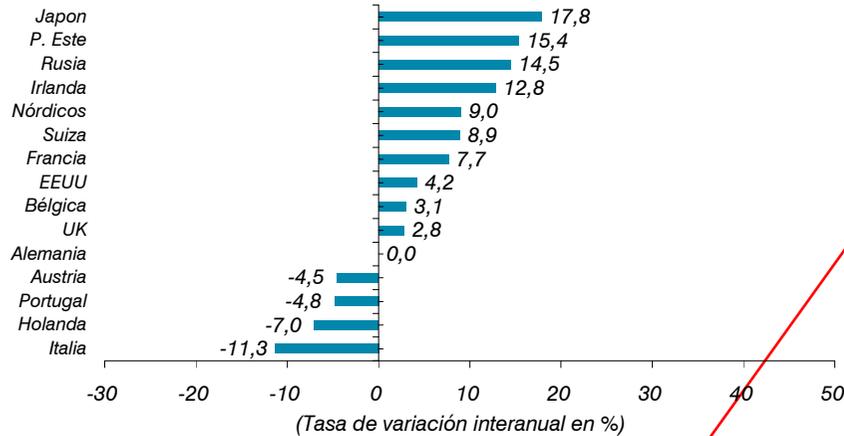
**Ingreso medio real por turista extranjero**  
(Ingresos por turismo de la BPInº de turistas).  
2000-2013 (Ene-Jul)  
(Calculado a precios de 2012)



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.

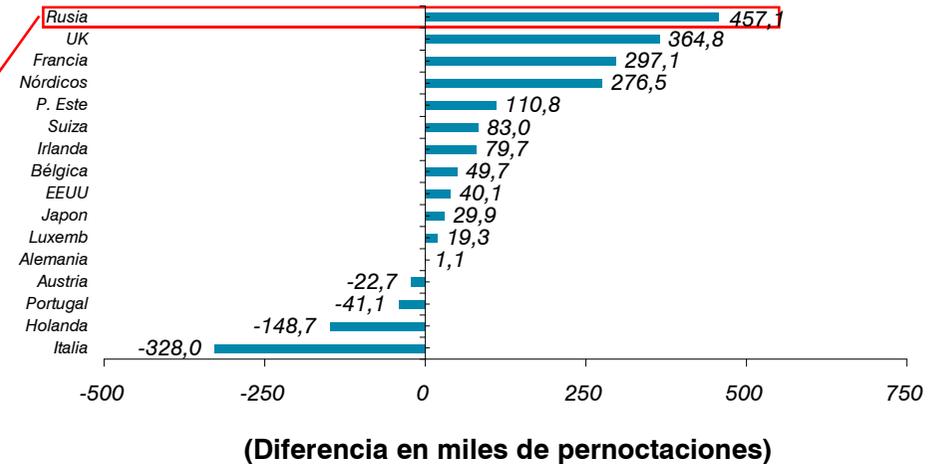
El mercado ruso se convierte en verano en el principal impulsor del crecimiento de la demanda turística hacia España junto con el británico, el francés y el nórdico, hasta situarse ya en el cuarto mercado tras Reino Unido, Alemania y Francia.

**Variación % del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Jul-Ago 2013/2012**



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

**Crecimiento del número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros por mercados Jul-Ago 2012/2011**



Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de la EOH, INE.

**Ranking por volumen de pernoctaciones en hoteles del turismo extranjero por mercados (Jul-ago 2013)**

1 UK	13.317.258
2 Alemania	11.859.056
3 Francia	4.175.734
4 Rusia	3.612.810
5 Nórdicos	3.335.456
6 Italia	2.562.241
7 Holanda	1.970.296
8 Bélgica	1.673.487
9 Suiza	1.014.917
10 EEUU	989.910

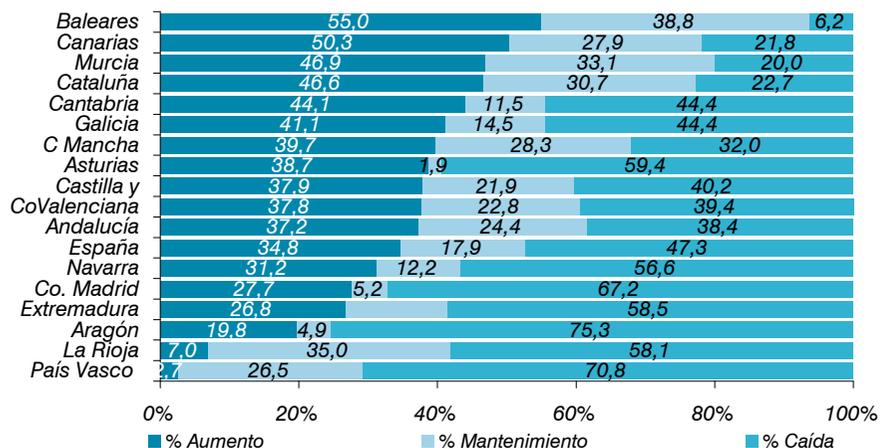
Las Islas Baleares y Canarias destacan como los destinos turísticos con mejor balance del verano 2013 debido a su posicionamiento en el mercado touroperizado, junto con una recuperación de los precios, por la mayor capacidad de negociación debido al problema de los competidores del mediterráneo oriental.

Destaca igualmente el positivo balance empresarial de Cataluña en el tercer trimestre, junto con las zonas turísticas del litoral peninsular de elevada presencia de turistas extranjeros (Costa Blanca en la Comunidad Valenciana y Costa del Sol en Andalucía).

Destinos de demanda nacional, como el litoral mediterráneo (Costa de la Luz de Cádiz, Costa de Valencia en la Comunidad Valenciana y Murcia) y los de la España Verde (Cantabria, Asturias y Galicia), que han optado por reducir precios en estos meses del verano de 2013 han conseguido incrementar sus ingresos por mejores ocupaciones respecto al verano de 2012.

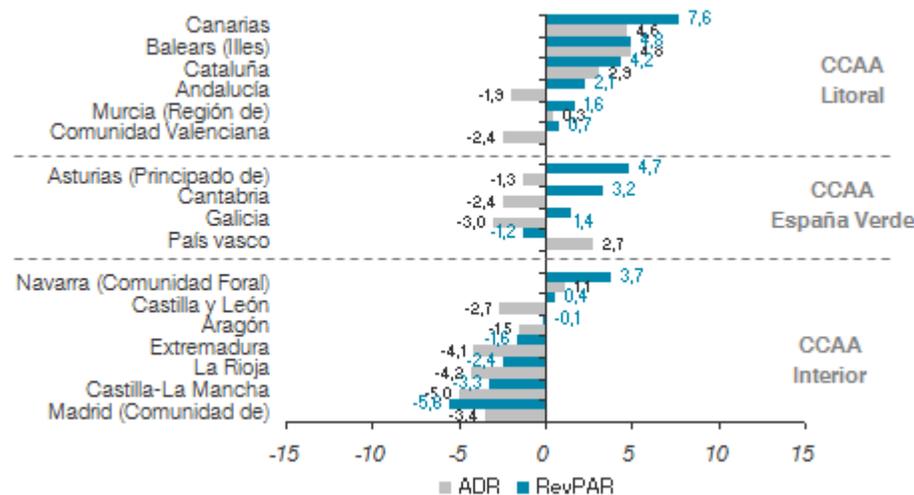
La mayoría de destinos de interior, más dependientes de la demanda nacional, continúan muy condicionados por los bajos niveles de gasto turísticos de las familias españolas, sin que la caída de precios se haya compensado por mayor afluencia.

Opinión empresarial sobre los BENEFICIOS del  
III Trimestre 2013  
SECTOR DE ALOJAMIENTO



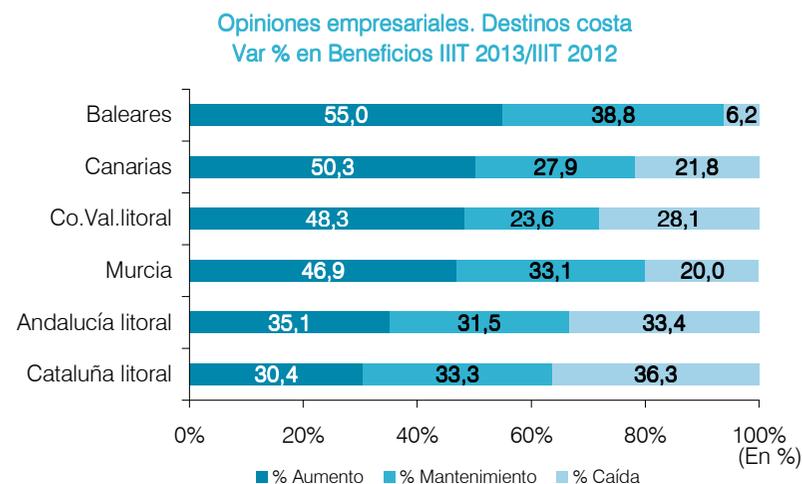
Fuente: Exceltur

ADR y RevPAR por CCAA  
% Var acumulada Jun-Ago 2013/2012



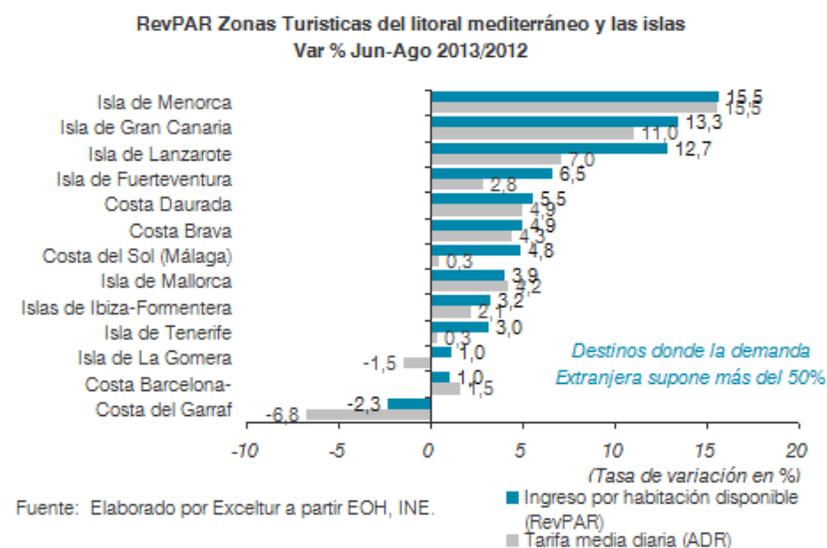
Fuente: Exceltur a partir de RevPAR (INE)

**Baleares:** el 52,7% de los empresarios insulares revelan mejoras en sus ventas y el 55,0% en sus resultados en el tercer trimestre de 2013 respecto los positivos resultados en el mismo período de 2012. Esta mejoría se explica principalmente por la recuperación de tarifas ante unos niveles de demanda similares a los año 2012. Los principales destinos turísticos evidencian entre los meses de verano mejoras en RevPAR: **Formentera (+31,4%)**, **Menorca +15,5%)**, **San José en Ibiza (+22,1%)** y **Calviá (+ 7,6%)** y **Palma de Mallorca (+ 7,6%)** en Mallorca.



Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

**Canarias:** con un crecimiento de la demanda extranjera (+4,7% en pernoctaciones hoteleras, jul-ago 13) y un incremento de la tarifa media diaria del 4,6% entre junio y agosto de 2013, el 50,3% de los establecimientos canarios experimentaron un incremento interanual de sus resultados en el tercer trimestre de 2013. Los destinos con producto de mayor categoría del sur de Tenerife y de Gran Canaria, así como la isla de Lanzarote y Fuerteventura, son los que evidencian mejoras de rentabilidad más notables (**San Bartolome de Tirajana +16,7%**, en Gran Canaria; **Adeje +5,6%** y **Arona +8,2%**, en Tenerife; **La Oliva +11,8%** y **Pájara +6,4%**, en Fuerteventura; y **Teguise +16,3%** y **Yaiza +14,1%**, en Lanzarote).



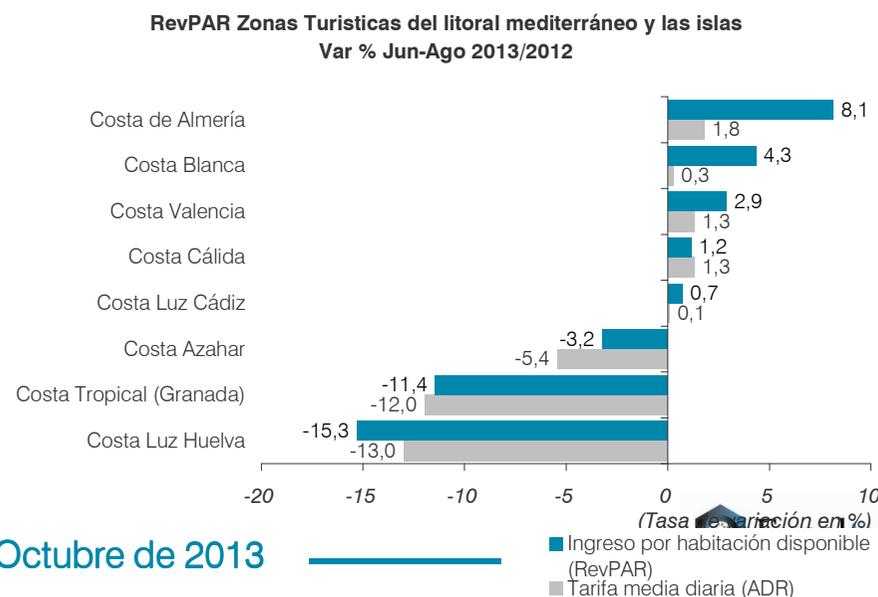
Fuente: Elaborado por Exceltur a partir EOH, INE.

**Litoral catalán:** gracias al aumento de la demanda extranjera (+3,0% de pernoctaciones hoteleras en jul y ago) y con una caída de la demanda nacional del -5,4%, el balance en el litoral catalán es positivo: la **Costa Dorada alcanza los mejores resultados (+5,5% RevPAR), al igual que la Costa Brava (+4,9%)**. En conjunto, el 60,9% de las empresas de la costa manifiestan leves aumentos en sus ventas durante el tercer trimestre de 2013, que se traducen en mejoras en rentabilidad en tan sólo el 30,4% de los establecimientos.

**Litoral valenciano:** el 70,3% de los alojamientos han mejorado los niveles de facturación y el 48,3% la rentabilidad en el tercer trimestre de 2013, gracias al mayor nivel de demanda extranjera y nacional (+3,5% en el total de pernoctaciones hoteleras entre julio y agosto de 2013). El mejor comportamiento se ha dado en la **Costa Blanca (+4,3% REVPAR)**, gracias al positivo crecimiento de las ocupaciones.

**Litoral andaluz:** cierra un tercer trimestre de 2013 en positivo por el avance de la demanda nacional y extranjera (+7,3% de aumento de las pernoctaciones hoteleras entre jul y ago 13) ), lo que explica que las ventas hayan aumentado en el 60,8% de los hoteles en estos meses respecto a las alcanzadas el III Trimestre de 2012, y los resultados mejoren en el 35,1% de los mismos. El mejor comportamiento se ha dado en la Costa del Sol (**Marbella +7,0% en RevPAR y Torremolinos +13,2%**) y la **Costa Almería+ 8,1%**.

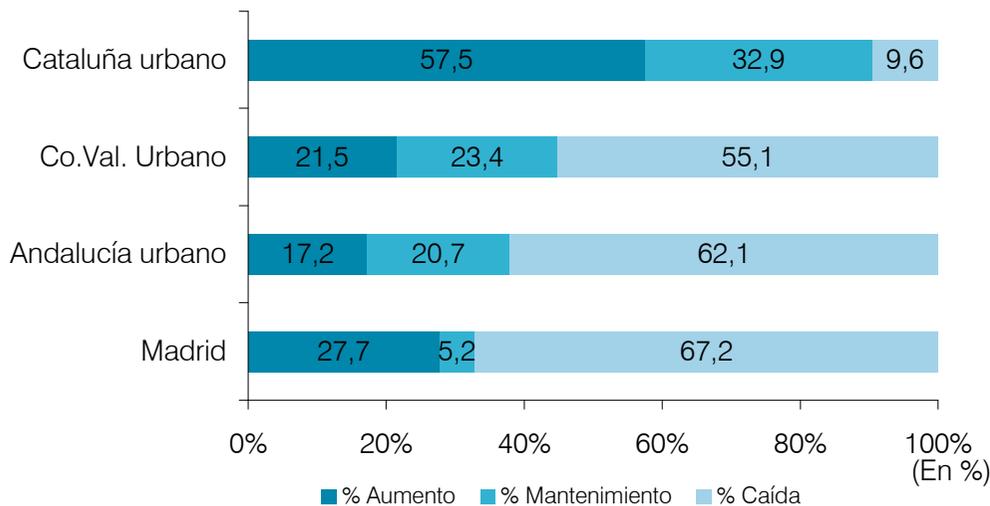
**Costa Cálida (Murcia):** balance positivo en el tercer trimestre de 2013 de la mano del crecimiento del mercado extranjero y el nacional (+5,4% en el total de pernoctaciones hoteleras entre jul y ago 13), lo que ha posibilitado mejorar levemente el nivel de facturación en el 65,9% de los hoteles (**el REVPAR sube el +1,2%**) y la rentabilidad en el 46,9% de los mismos.



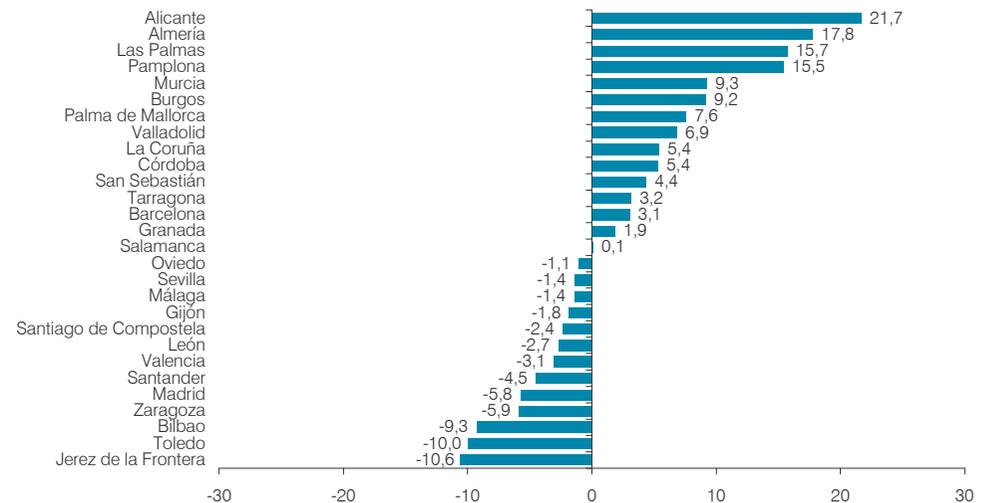
Los destinos del Norte de España, excepto País Vasco, revelan un crecimiento de sus ingresos en el tercer trimestre de 2013, gracias al resultado de las políticas de reducción de tarifas sobre las decisiones de viaje de los españoles unas favorables condiciones metereológicas. Entre todos destaca el buen comportamiento de la **Rías Bajas (+4,4% RevPAR)** y de la mayoría de los destinos urbanos gallegos en Galicia, de la **Costa Verde asturiana (+5,9%)** y de **Cantabria (+3,2%)**.

Dispar comportamiento de los destinos urbanos: ciertas ciudades costeras evidencian una mejora notable en sus ingresos (Alicante, Almería, Las Palmas, Palma de Mallorca, La Coruña), así como algunos destinos con atractivos e imagen turística consolidada internacionalmente (Barcelona, San Sebastián y Granada) y destinos de interior que acumulaban importantes descensos y donde el flujo de verano es reducido (Pamplona, Burgos o Valladolid)

Opiniones empresariales. Destinos urbanos  
Var % en Beneficios IIIT 2013/IIIT 2012



Ranking según RevPAR del total hoteles en principales destinos urbanos\*  
Tasa Variación Interanual (en %). Jun-Ago 2013/2012



(\* Con más de 3.000 plazas hoteleras)

Fuente: Elaborado por EXCELTUR a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

Fuente: Encuesta de Clima Turístico de Exceltur

# Expectativas turísticas para el cuarto trimestre de 2013 y el conjunto del año 2013

**Los empresarios turísticos españoles se muestran moderadamente optimistas sobre la recuperación de las ventas en los últimos tres meses de 2013, aunque todavía cautos respecto a la mejora de la rentabilidad.**

El 31,3% de los profesionales del conjunto del sector estiman que los niveles de facturación en el cuarto trimestre de 2013 serán mejores a los obtenidos en los tres últimos meses de 2012, lo cual se traducirá en una mejora en los resultados en tan sólo el 22,8 % de las empresas. En los servicios turísticos más dependientes de la mermada demanda nacional, la lenta recuperación de la facturación seguirá siendo en gran parte vía contención/reducción de precios.

## HETEROGENEIDAD EN LAS EXPECTATIVAS POR SUBSECTORES PARA EL 4º TR.:

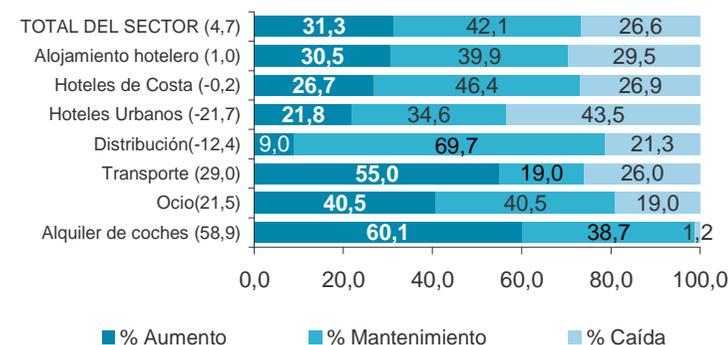
-Las empresas turísticas más orientadas a los turistas extranjeros revelan unas mejores expectativas para el último trimestre de 2013, tanto en ventas como en resultados. Tal es el caso de los **hoteles vacacionales**, especialmente los establecimientos del archipiélago canario, así como los servicios de ocio localizados en sus áreas de influencia (**parques de ocio, campos de golf y museos y monumentos**).

- Las **empresas de transporte de pasajeros** y las **empresas de alquiler de coches** esperan en su conjunto una mejora en la facturación del cuarto trimestre de 2013 que no se trasladará en un mayor beneficio empresarial por la presión de los costes, sobre todo el del combustible, y por la tendencia de precios a la baja.

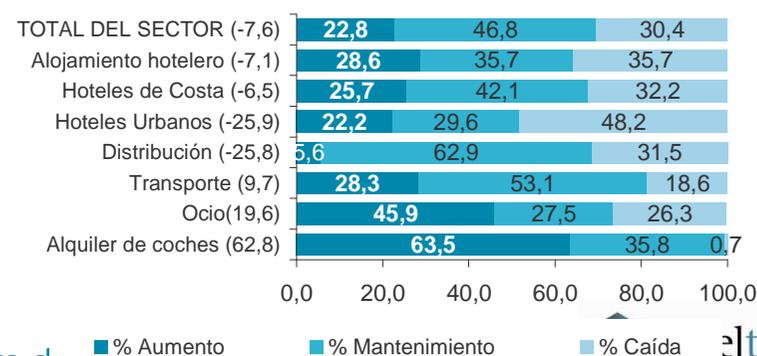
-Los **hoteles urbanos, de interior y los servicios de ocio** en los destinos más vinculados a la demanda nacional, **prevén un generalizado descenso de sus niveles de facturación y rentabilidad empresarial**, menos acusado que en el inicio de 2013, manteniéndose en la senda de mejora observada conforme se avanzaba en el año, pero todavía en negativo.

-Los **grandes grupos de agencias de viajes**, esperan un cuarto trimestre de 2013 muy similar al del año anterior muy condicionados por la aún debilitada economía de las familias españolas, que no favorece la recuperación de su consumo turístico.

Opinión empresarial sobre la evolución de las **VENTAS PREVISAS** para el **CUARTO** trimestre de 2013

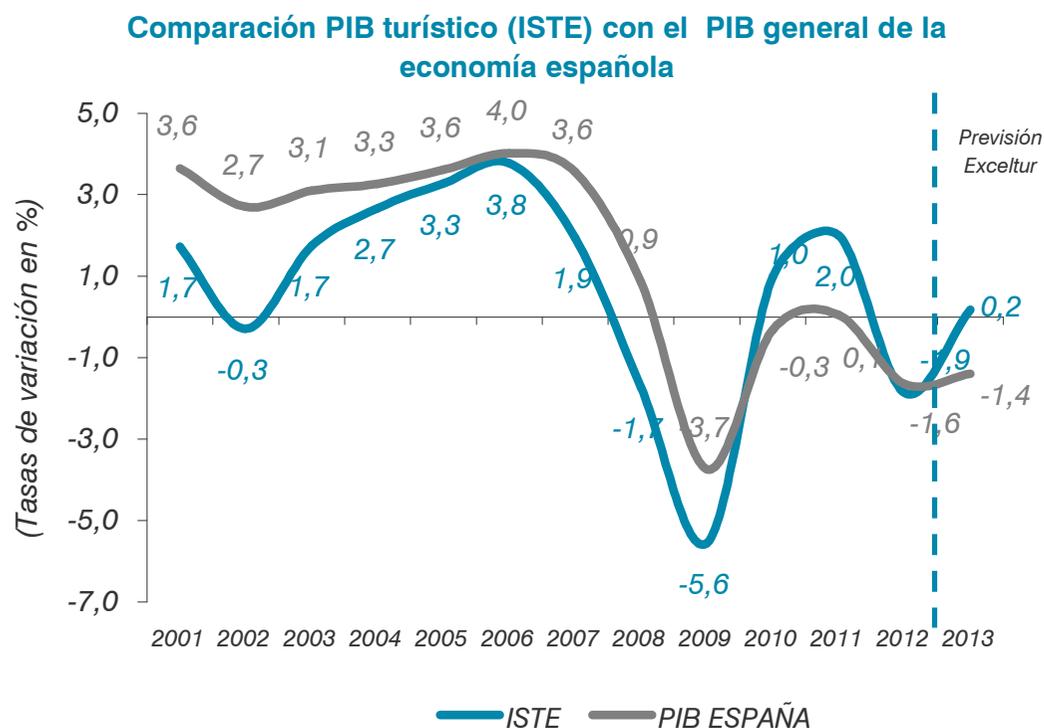


Opinión empresarial sobre la evolución de las **BENEFICIOS PREVISOS** para el **CUARTO** trimestre de 2013



El PIB turístico vuelve a crecer en 2013. Revisamos nuestra estimación de crecimiento del PIB Turístico en 2013 hasta el **+0,2%**, desde la leve caída del **-0,4%** que preveíamos en el ecuador del año, debido a la revisión al alza de las previsiones de comportamiento de las principales variables económicas en nuestros mercados emisores, la menor caída de la prevista en los meses centrales del verano del mercado nacional y el mantenimiento de la crisis política en Egipto, que ha impulsado la demanda extranjera.

Con ello, el sector turístico contribuirá positivamente en el año 2013 a la recuperación del conjunto de la economía española, que según las estimaciones de las casas de análisis en septiembre de 2013 retrocederá un **-1,4%**.

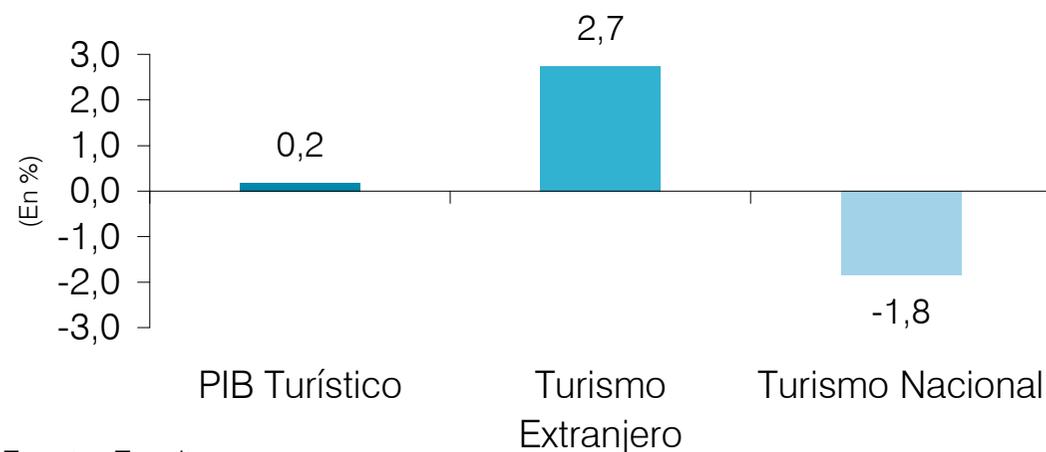


Fuente: Exceltur, INE y Consensus Forecasts

Esta estimación contempla un año muy positivo para la actividad vinculada a los turistas extranjeros tanto en términos de volumen como de ingresos que repercuten en España, por el atípico contexto geopolítico que compensará la caída del gasto turístico de los españoles.

En concreto, EXCELTUR anticipa un incremento de los ingresos reales por turismo extranjero que revierten a España del 2,7% para el conjunto de 2013, mientras que el gasto vinculado a los desplazamientos de los turistas españoles retrocederá un -1,8% en términos de PIB.

Estimación PIB Turístico (ISTE) por componentes  
Año 2013 vs 2012



Fuente: Exceltur

*La probada capacidad de contribución macroeconómica y la generación de empleo del sector turístico en 2013 aún no descansan en las deseables bases sólidas que garanticen su sostenibilidad en el tiempo. En este contexto y para que el turismo siga siendo de nuevo en el 2014 y en años sucesivos, una locomotora esencial para impulsar la recuperación, resulta imprescindible el mayor apoyo prioritario de Gobierno y estímulos específicos en favor del sector, aunando y coordinando políticas y esfuerzos con las diversas administraciones regionales y locales.*

**Por ello sentimos esencial a corto plazo mantener y reforzar una visión transversal y prioritaria del Gobierno para:**

**1.-Eleva en el trámite parlamentario la dotación contemplada en los PGE para 2014 para la Secretaría de Estado de Turismo/TURESPAÑA,** que ni responde a la contribución actual del sector como principal motor de nuestra economía, ni permite afianzar su potencial de crecimiento futuro.

**2.-Procurar estímulos e incentivos de diversa índole para el sector** (fiscales, seguridad social, financieros, etc.), al igual que los aplicados para otros sectores (Automovil: Plan PIVE), que a la par que favorecer el crecimiento de actividad interna y externa, impulsen el gradual reposicionamiento de destinos turísticos y la evolución de los modelos de gestión empresarial para competir en un entorno cada día más global.

**3.-Incorporar en los planes/presupuestos de otros ministerios, medidas de actuación concretas que favorezcan la mayor competitividad del sector turístico. Concretamente y a corto plazo:**

- *Incorporar con una asignación finalista para los destinos maduros de sol y playa, entre las prioridades de las medidas y presupuestos de rehabilitación contemplados en el Plan del Ministerio de Fomento para 2014.*
- *Contemplar la urgencia de inversiones en equipamientos públicos claves para algunos destinos turísticos, que sufren graves carencias/deficiencias de dotaciones (depuradoras, canalización y saneamiento de aguas, etc.).*
- *Valorar previamente con la mayor sensibilidad y consenso, los posibles impactos finalistas para el sector turístico, de las diversas políticas de gestión operativa/privatización de ciertas infraestructuras clave para asegurar la accesibilidad y afluencia de turistas del mayor interés para los destinos españoles: RENFE / AENA.*

**4.-Asegurar la mayor trasposición posible de los principios de la Ley de garantía de la Unidad de mercado al sector turístico** (Ej. Armonización de la categorización hotelera, ley de arrendamientos urbanos, etc.) e impulsar una nueva cultura de gobernanza Público-privada para la gestión turística. Para ello, potenciar el alcance y las convocatorias de los órganos existentes de coordinación al máximo nivel entre los diversos grupos de interés (Comisión Interministerial de Turismo, Conferencia Sectorial de Turismo, Consejo Español de Turismo., Consejo Asesor de Turespaña, etc.), que faciliten los deseables consensos y sinergias Gobierno / comunidades autónomas / entidades locales/sector privado, con la creciente participación empresarial en la toma de decisiones y acciones mixtas a realizar.

**5. - Agilizar al máximo algunas actuaciones y proyectos legislativos en marcha, que son claves para el sector:**

- **El proceso de reforma y transformación de Turespaña**, asegurando la mayor eficacia de una gestión más focalizada en los segmentos de clientes prioritarios ante los que posicionarse, que sirva a su vez de referencia para impulsar la implantación de nuevos modelos similares de gestión turística publico-privados, a nivel regional y municipal (Madrid).

- **La transferencia de las estadísticas turísticas que elabora el IET al INE, para propiciar un mayor alcance y consistencia de los indicadores turísticos oficiales a nivel nacional, regional y local**, aprovechando este proceso para incluir nueva información que tanto desde el sector público como privado se considere relevante, para disponer de un sistema integral de inteligencia turística, que mejore la toma de decisiones y evite solapes y/o duplicidades.

- Avanzar desde la acertada política del Ministerio de Asuntos Exteriores para acelerar la emisión de visados en nuestros consulados en mercados emergentes, a **negociar en Bruselas la gradual liberalización de visados para algunos países emisores clave:** en Latinoamérica ( Ej. Colombia, Perú, etc), en países del Este y en países del Golfo.

- **La pronta redacción del reglamento de la Ley de Costas**, para facilitar su traslación sobre la seguridad jurídica de las instalaciones turísticas (hoteles y equipamientos de playa, principalmente) e impulsar su rehabilitación.

- **El proyecto de Ley de Propiedad Intelectual**, que contemple un marco más equitativo para los intereses del sector.