

# Plan “RENACER DEL TURISMO ESPAÑOL” 2020-2030

**Una deseable política de Estado para asegurar la supervivencia, reactivación y el gradual reposicionamiento posterior, del sector turístico español tras el impacto de la COVID-19**

Madrid, 24 de junio de 2020



# Índice de contenidos

1. QUIÉNES SOMOS Y QUÉ OBJETIVOS NOS ANIMAN
2. EL PLAN RENACER TURISMO ESPAÑOL 2020-2030, UNA PROPUESTA DE ESTADO ANTE LOS RETOS DEL COVID19
3. ESTRUCTURA Y BASES DEL PLAN RENACER TURISMO ESPAÑOL 2020-2030
  - A. Medidas de urgencia a corto plazo para el rescate - salvamento del mayor tejido turístico empresarial posible
  - B. Medidas para la transformación/reconstrucción y refuerzo de la competitividad turística española
4. MARCO ESTRATÉGICO 2020-2030 Y PRIMER PROGRAMA OPERATIVO 2020-2024
5. VEINTE OBJETIVOS/ RESULTADOS DESEABLES PARA LOGRAR UN NUEVO SECTOR TURÍSTICO MAS SOSTENIBLE: 2020-2030

# 1.a- QUIÉNES SOMOS

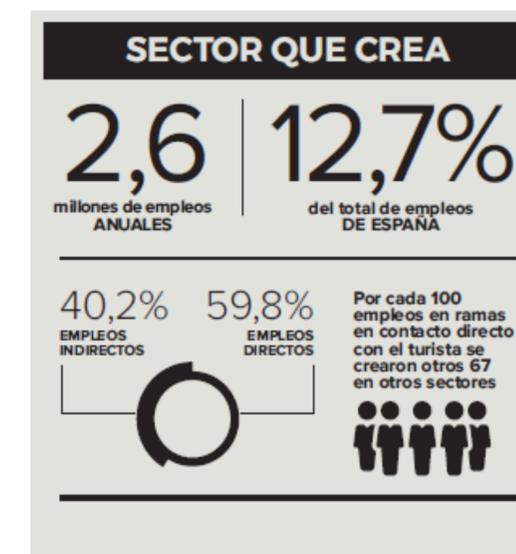
EXCELTUR ES UNA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO RESULTADO DE LA INICIATIVA PERSONAL DE LOS LIDERES DE 31 DE LAS MÁS RELEVANTES EMPRESAS DE TODA LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA ESPAÑOLA,



¿Qué representan la empresas miembros de EXCELTUR



¿Qué representa el Sector Turístico Español en 2019?



# 1.b.- QUÉ OBJETIVOS NOS ANIMAN

1.- Procurar el mayor reconocimiento socioeconómico del sector turístico español.

2.- Impulsar la mejora continua de una competitividad diferencial, para el conjunto de la cadena de valor turística y sus destinos



## 2. EL “PLAN RENACER TURISMO ESPAÑOL 2020-2030”: UNA PROPUESTA DE ESTADO ANTE LOS RETOS DEL COVID19

Con la vocación de superar la situación de emergencia en la que vive el sector, ante una previsión de caída de ingresos de -83.134 millones de € en 2020 y la concatenación de medidas y actuaciones diversas e insuficientes que se han puesto en marcha, desde EXCELTUR, hemos querido aportar con una visión de Estado, un plan más ambicioso “RENACER TURISMO ESPAÑOL 2020-2030”, para salvar al sector y ser capaces de salir reforzados de esta crisis sanitaria.

Nuestro deseo es que el plan identifique los temas más relevantes a los que se enfrenta el sector privado, para **garantizar su rescate y salvamento mientras se recupera la actividad, promoviendo en paralelo el refuerzo de su competitividad**. Por ello, aspiramos sea tomado en cuenta por el Gobierno de España, los diversos partidos políticos, las diferentes CCAA, entidades locales, empresarios, sindicatos y sociedad civil, como documento que sirva para concretar en su momento el **plan de reconstrucción, que se está impulsando desde el Congreso de los Diputados**. A esos efectos, este documento contempla dos bloques:

**A.- Corto Plazo:** El primer bloque recoge el escenario operativo 2020-2024 enfocado al rescate/salvamento y la puesta en marcha de las medidas clave y parte de :

- La confirmación de una primavera 2020 sin apenas actividad turística (ingresos 0) con una caída estimada de actividad turística (directa + indirecta) de - 43.460 millones de euros entre marzo y junio, 1,4 millones de trabajadores turísticos afectados. A ello se sumará un escenario veraniego más que incierto, de muy lenta reactivación que añadiría - 40.000 millones de euros de caída adicional en el segundo semestre de 2020. De ahí, la necesidad de contemplar y garantizar la supervivencia de muchas empresas y empleos turísticos asociados que están en riesgo real de desaparición a final del año y en el inicio de 2021.
- La constatación de la insuficiencia de las medidas adoptadas hasta el momento por el Gobierno de España para garantizar la supervivencia empresarial.

**B.- Medio/Largo plazo:** El segundo bloque, contempla las diversas políticas y medidas tendentes a favorecer el gradual reposicionamiento del modelo y la reconstrucción turística, partiendo de:

- La obligación de ir abordando cuanto antes , los diversos retos y debilidades estructurales pre COVID, de nuestro modelo/sistema de gestión turística, que se habían ido posponiendo y se han vuelto a poner de manifiesto y acentuado durante esta crisis, y que requieren de una pronta y gradual solución.

# ESTRUCTURA Y BASES DEL PLAN “RENACER TURISMO ESPAÑOL” 2020-2030

## Condicionantes

## Actuaciones

## Objetivos finales



Corto Plazo

El turístico, el sector más afectado por la pandemia y sujeto a una muy lenta y paulatina recuperación : crisis de caja y demanda

Lograr el mayor volumen de ayudas directas para asegurar: a) la liquidez b) el empleo (ERTE's hasta 31/XII) y c) la reactivación de la demanda

Garantizar la resiliencia/ supervivencia del tejido turístico privado viable y del mayor empleo que facilite la deseada reactivación sostenible



Medio /Largo plazo

Abordar las debilidades turísticas estructurales, y competitivas existentes pre Covid, junto a los nuevos desafíos globales sectoriales y tecnológicos

Diseñar una estrategia de transformación y de gradual reposicionamiento del modelo turístico Español, con una gobernanza público - privada mas estrecha y eficaz

Lograr un crecimiento sostenible apoyado en la digitalización, con la mayor rentabilidad social y empatía ciudadana posible con el menor impacto ambiental

**A. Medidas de  
urgencia a corto  
plazo para asegurar  
la resiliencia,  
rescate/salvamento  
del mayor tejido  
turístico  
empresarial  
posible**

(junio 2020 – diciembre 2021)

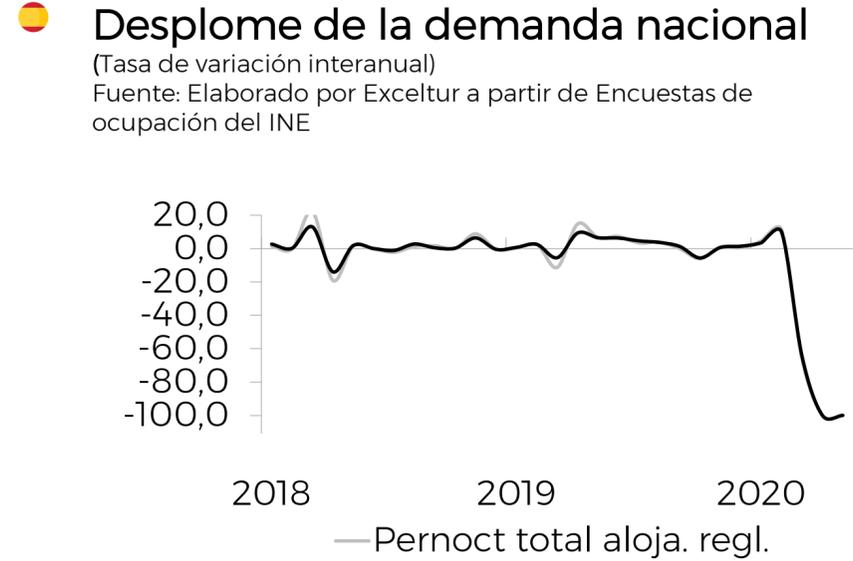
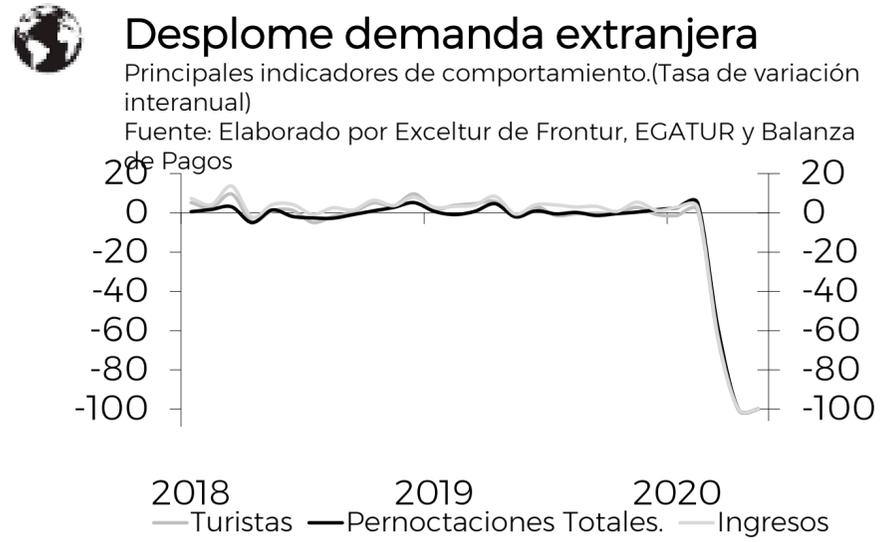


# A.1. 2020 EL PEOR AÑO DE LA HISTORIA DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL

**Primer semestre: Pérdidas estimadas de -43.460 mills de € de actividad entre marzo y junio de 2020 y 1,4 mills de empleos turísticos afectados, con un cierre estimado y ya acontecido de 28 mil empresas turísticas entre marzo y abril de 2020.**

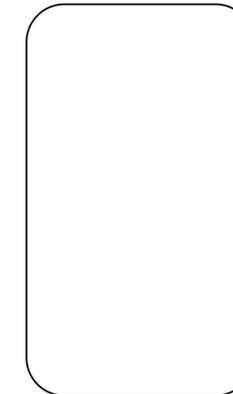
**3 meses con "0" turistas y "0" ingresos en las empresas turísticas = Un escenario dramático, nunca experimentado antes.**

## 0 TURISTAS, 0 INGRESOS DURANTE 3 MESES (Mar-Jun 2020)



## UNA PRIMAVERA DE 2020 SIN TURISMO

mar-ju 2020 vs mar-jun 2019



**En España:**

- 43.460 millones de € de PIB Turístico  
 -88% vs Mar-jun 2019

Un impacto histórico sobre la evolución del turismo a nivel mundial nunca experimentado en anteriores crisis (11s, SARS, burbuja inmobiliaria 2009)



**En España:**

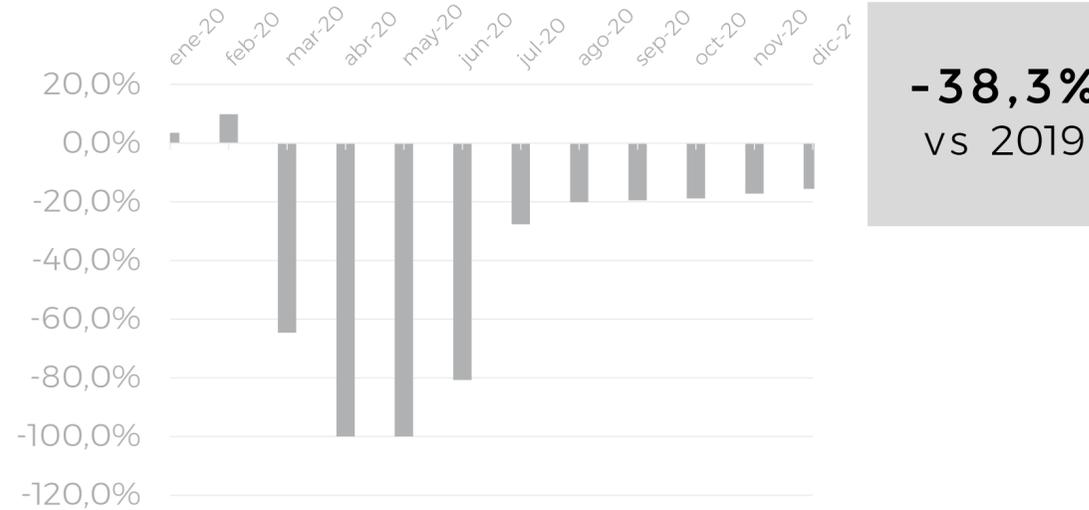
+1,4 millones trabajadores turísticos afectados  
 1,1 afectados por ERTE  
 -300 mil afiliados  
 -96,5% contratos

## Segundo semestre: La lenta recuperación en el 2º semestre, apunta a un desplome de la actividad turística para el total de 2020 sin precedentes (-83.134 millones de euros, -54,5% vs 2019), con unos 725 mil empleos amenazadas a final de año

### DESDE JULIO REACTIVACIÓN GRADUAL, LENTA Y A VARIAS VELOCIDADES

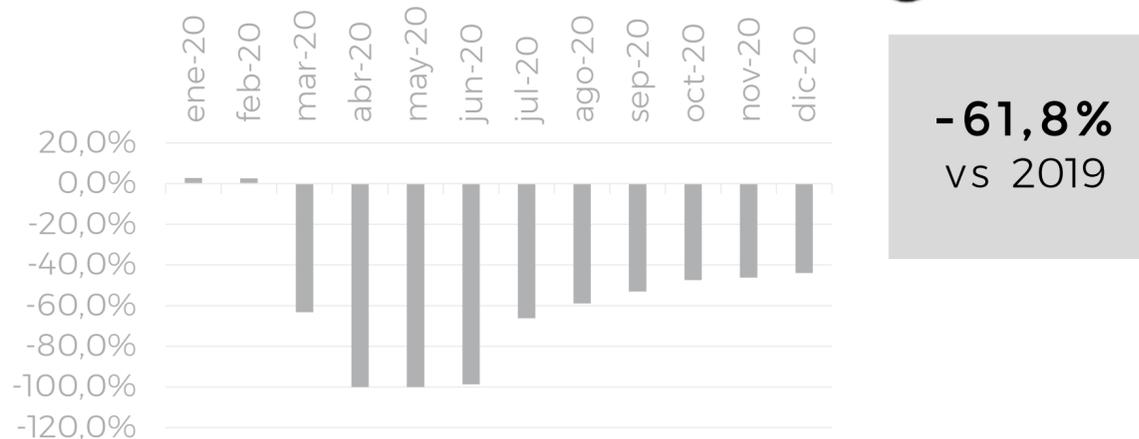
#### Demanda nacional

La demanda doméstica de proximidad en vehículo individual y hacia elementos de oferta turística más reducidos es el primer mercado que se reactivará, arrancando tímidamente en junio y de manera más generalizada en los meses centrales del verano.



#### Demanda internacional

La reactivación de la demanda extranjera se espera arranque muy lentamente en la última semana de junio, con una reducida presencia de europeos en verano, y tenga una reactivación muy gradual.



Las mayores Incertidumbres recaen sobre el mercado británico y larga distancia.

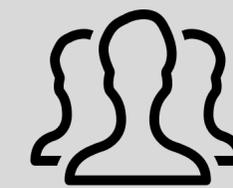
### CONJUNTO DE 2020 :DESPLOME SIN PRECEDENTES

Total 2020 vs 2019



**-83.134 millones de euros**  
**PIB Turístico**  
**-54,5% vs 2019**

El turismo explicaría **57%** de la caída prevista para la economía Española en el escenario de gradual recuperación (-11,6%) del Banco de España publicado en junio de 2020



**725 mil de puestos de trabajo amenazados**

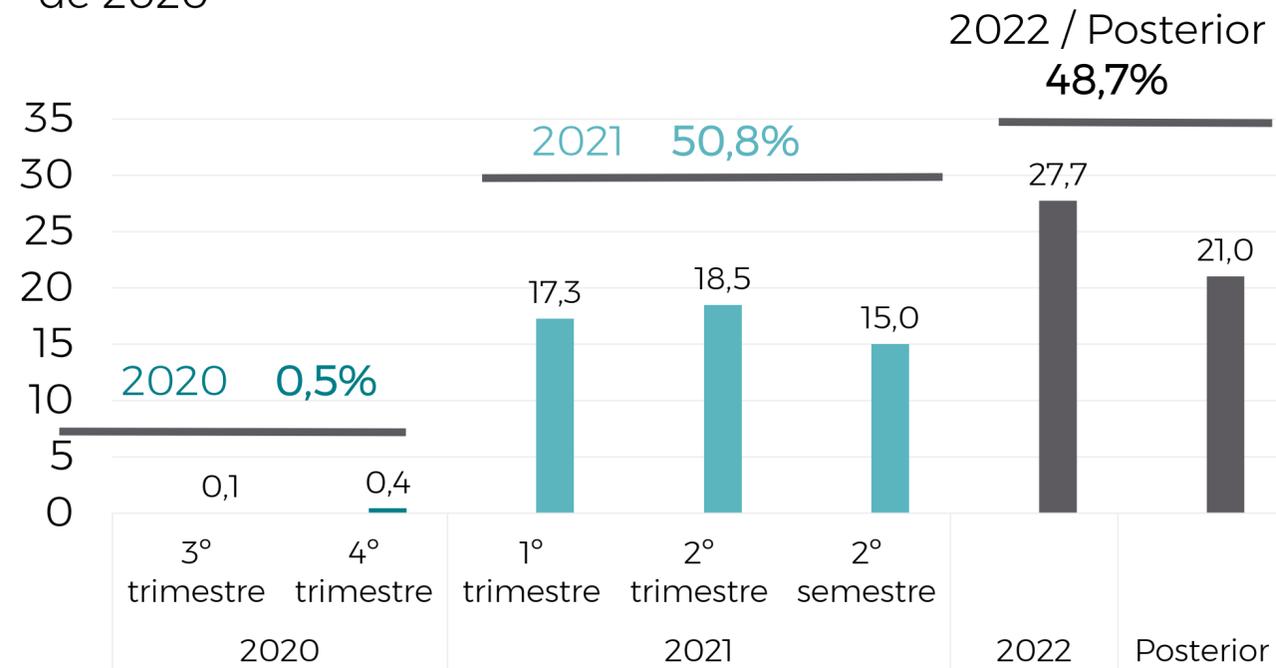
## A.2. LA RECUPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA NO SE PRODUCIRÁ ANTES DE 2022

Los empresarios estiman que la plena **recuperación** se alargará más de dos años a partir de Junio 2020, y se dejarán de ingresar 115.000 millones de euros. Sin ayudas públicas de 27.000 millones de euros, desglosadas mas adelante en el horizonte 2020-2023, podrían llegar a desaparecer hasta 60.000 -70.000 empresas turísticas.

El 48,7% de los empresarios turísticos no esperan recuperar los niveles de 2019 hasta 2022 o posterior

¿Cuándo espera recuperar los niveles de facturación turística de 2019?

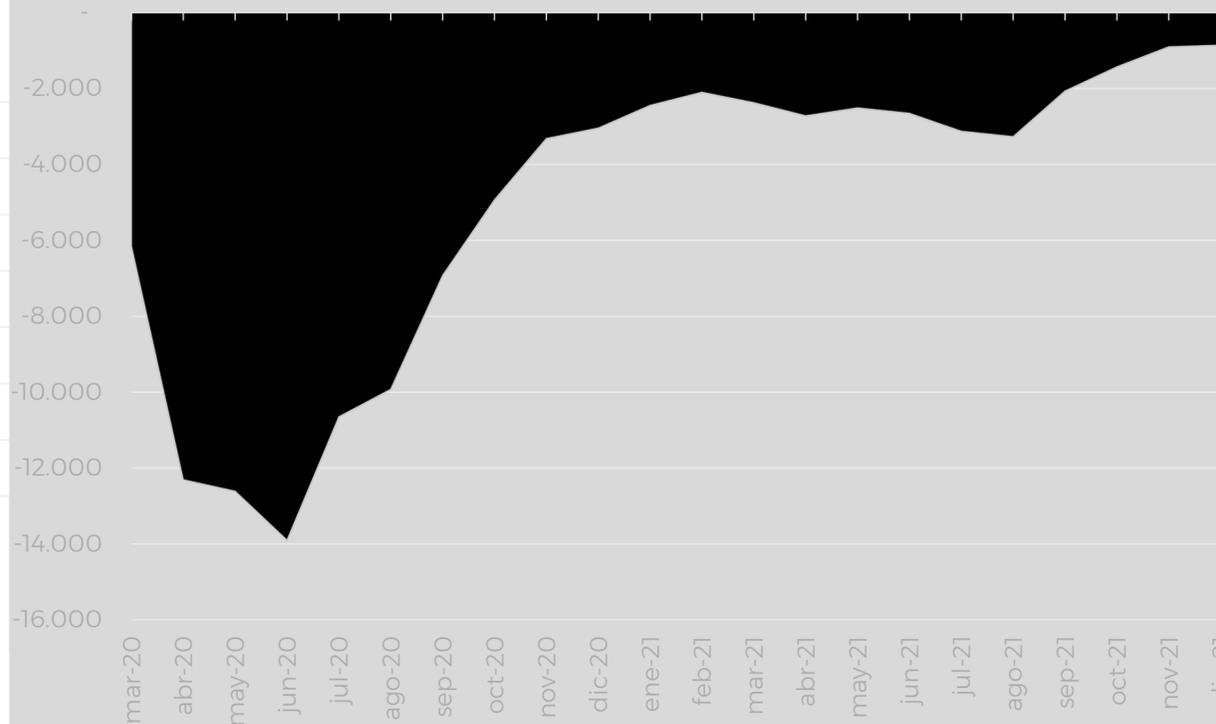
Fuente: Encuesta de Confianza de Exceltur a 16 de junio de 2020



### LA RECUPERACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA NO SE PRODUCIRÁ ANTES DE 2022



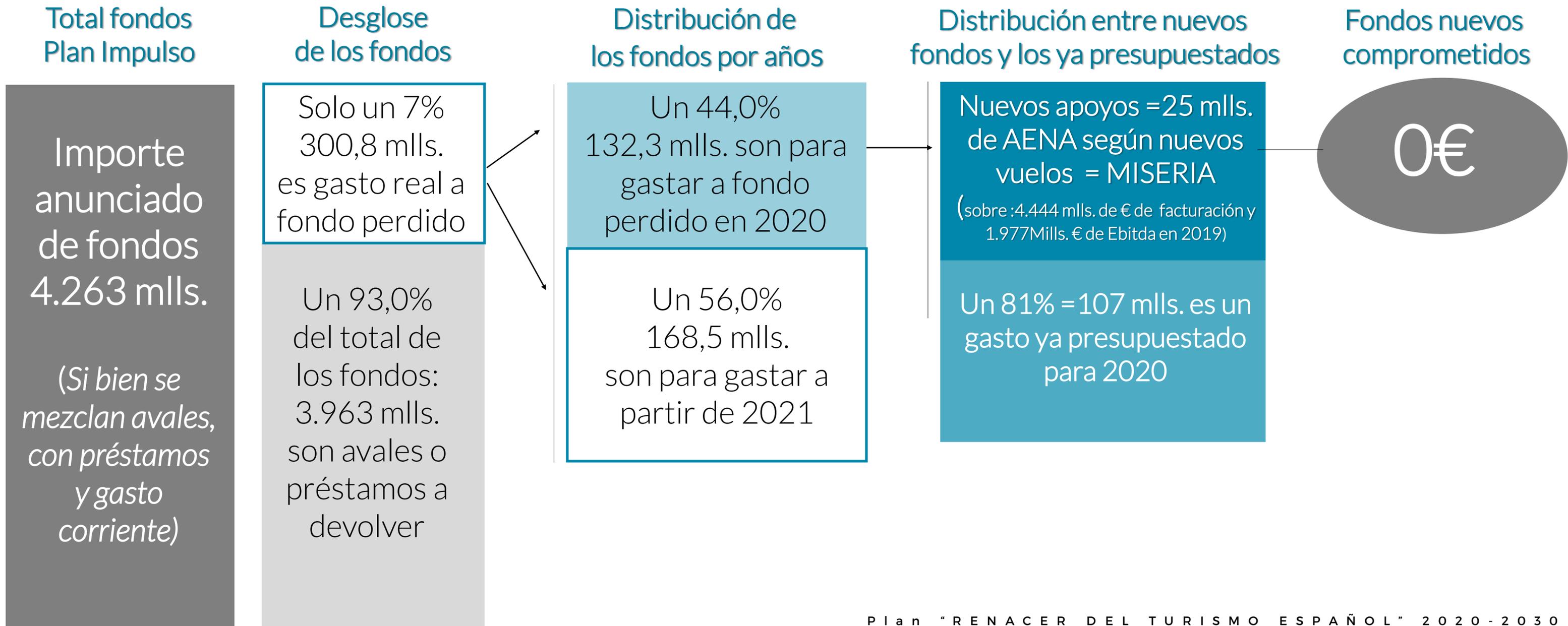
Pérdida de facturación del sector turístico español. mar20-dic21 vs 2019  
 Fuente: Exceltur  
 (en millones de euros)



**-115.000** millones de euros  
 PIB Turístico perdidos entre marzo-2020 y 2022

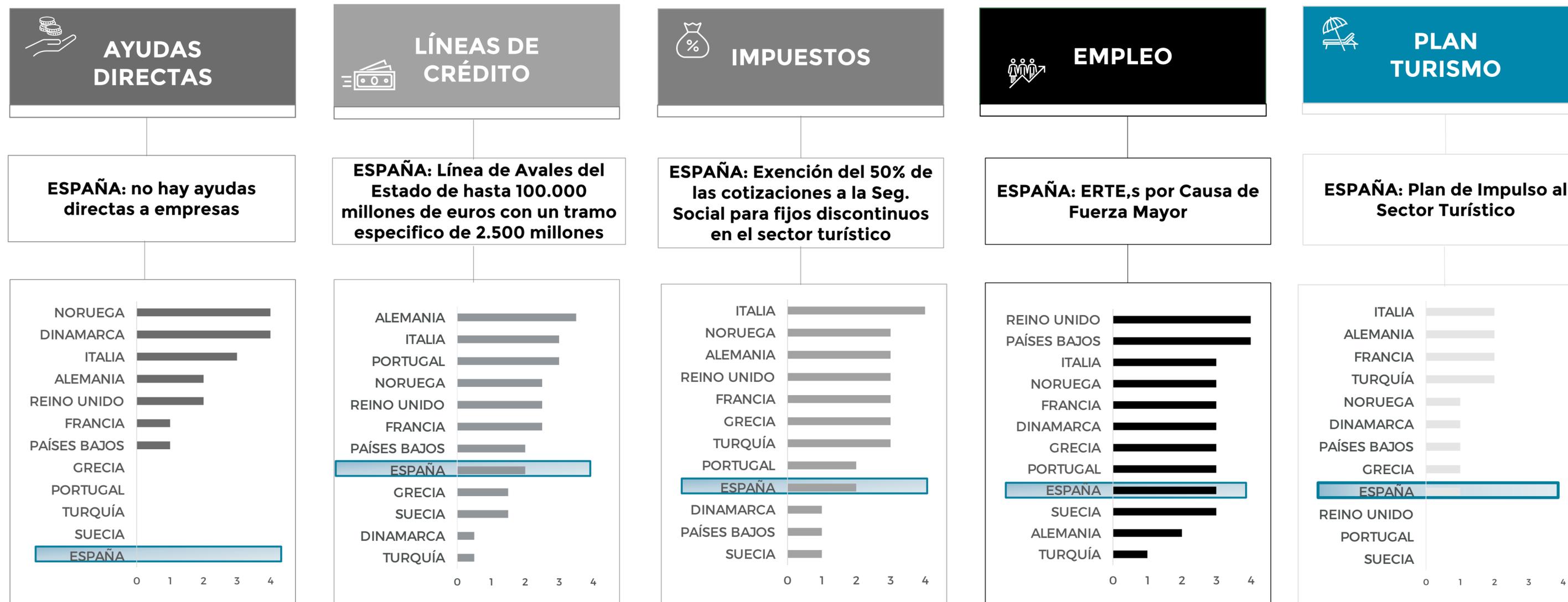
# EL RECIENTE PLAN DE IMPULSO AL SECTOR TURÍSTICO DEL GOBIERNO = MUY INSUFICIENTE PARA EL RETO DEL SALVAMENTO/ RESCATE A CORTO Y UNA RECONSTRUCCIÓN A MEDIO Y LARGO PLAZO

El recién anunciado plan del Gobierno de España, supone una nueva e insuficiente dotación de préstamos al sector, integrando además partidas ya presupuestadas y existentes en otros ministerios, al que se añade un exiguo esfuerzo de AENA. No incorpora las medidas clave reclamadas por el sector (ERTE's, transferencias directas, bajada de IVA, ayuda a la demanda, uso fondos UE).



# EL CONJUNTO DE MEDIDAS DE APOYO AL TURISMO, ADOPTADAS POR NUESTRO GOBIERNO SE SITUAN MUY POR DEBAJO DEL ESFUERZO REALIZADO POR OTROS PAÍSES EUROPEOS

España se sitúa por detrás de los principales países europeos en cuanto a la intensidad y eficacia de las medidas de apoyo a las empresas del sector turístico derivado del impacto del Covid-19 (\*) Los rankings/valoraciones son resultado de las ponderaciones expuestas a pie de página



(\*) Fuente: Elaboración propia.

La ponderación de cada grupo de medidas ha sido elaborada a partir de información aproximada a partir de los anuncios de los países en sus webs oficiales.

La puntuación en cada categoría va de 0 a 4 en cada categoría en función de los siguientes criterios:

AYUDAS DIRECTAS: 1: < 10 mil euros / 2: > 10 mil euros / 3: vinculadas a pérdidas < 50% de los gastos / 4: vinculadas a pérdidas >50% de los gastos

LÍNEAS DE CRÉDITO: 50% porcentaje del PIB que suponen las líneas (+1 si existe línea específica para el sector) // 50% porcentaje de garantía pública

IMPUESTOS: 1: flexibilidad en la reducciones de horas / 2: reducción costes salariales / 3: ERTE-paro parcial / 4: reembolso a través del empleador

EMPLEO: 1: aplazamientos / 2: exenciones parciales nivel 1 / 3: reducciones específicas y exenciones parciales nivel 2 / 4: exención total

MEDIDAS TURISMO: (+1) Bajada de IVA / (+1) Cancelaciones de viajes / (+1) Bono vacaciones / (+1) Plan Turismo con apoyo del presentación

Nota: se han aplicado para el cálculo en € los tipos de cambio vigentes el 23/04/2020.

# EJEMPLOS COMPARADOS DE BUENAS PRÁCTICAS MUNDIALES DE MEDIDAS DE APOYO ESPECÍFICAS PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS; QUE AÚN NO SE HAN APLICADO EN ESPAÑA

## PAÍSES EUROPEOS

PAÍS	AYUDAS DIRECTAS	LINEAS DE CRÉDITO / PRÉSTAMOS*	IMPUESTOS	EMPLEO	ALQUILERES	CANCELACIONES/ BONOS DE VIAJE
<b>ESPAÑA</b>		 100 mil millones € 8% PIB 80% aval pymes 70% aval grandes  1.000 mil. € Iberia/Vueling 2.500 millones tramo preferente sector turístico + 400 millones Línea ICO Sector Turístico y actividades conexas Covid 19/Thomas Cook.	 Exención del 50% de las cotizaciones a la seg. social de los empleadores, de febrero a junio, para trabajadores fijos discontinuos en el sector turístico y actividades relacionadas.	 ERTE por Causa de Fuerza Mayor: permiten ajustar el empleo financiado las cuotas a la Seguridad Social en un 100% para pymes y en un 75% para empresas grandes.	 Alquileres de los locales comerciales: pymes y autónomos en dificultad podrán renegociar y aplazar las rentas con grandes tenedores y empresas públicas.	
<b>REINO UNIDO</b>	 Subvenciones para ayudar a las empresas de ocio, alojamiento y minoristas (de 11.400 o 28.700 euros en función del tamaño).	 330 mil millones £ 15,8% PIB 80% aval  700 millones € Easyjet.	 Reducción del 20% al 5% el IVA de turismo y hostelería durante seis meses. Los hoteles no tendrán que pagar impuestos a las propiedades comerciales.	 Coronavirus Job Retention Scheme: reembolso de hasta el 80% de los salarios a través del empleador hasta 2.500 libras al mes hasta tres meses.	 Moratoria de 3 meses de los alquileres comerciales y derogación de la norma que permite el desahucio por impago.	
<b>ALEMANIA</b>	 Subvenciones para pequeñas empresas en todos los sectores de la economía, con hasta 10 empleados (de 9,000 a 15.000 euros).	 500 mil millones € 14,6% PIB 100% aval microempresas / 90% pymes / 80% grandes  9.000 millones a Lufthansa. 1.800 millones I a la TUI.	 Reducción el IVA en bares y restaurantes: el IVA de comidas pasa del 19% actual al 7%. A partir del 1 de julio bajada del IVA del 19 al 16% y del tramo reducido del 7 al 5%.	 'Kurzarbeit', una modalidad de jornada reducida en la que el Estado paga temporalmente hasta dos tercios del salario.	 Prohibición de rescindir el contrato de alquiler por impago entre el 1 de abril y el 30 de septiembre.	 Los organizadores de viajes pueden ofrecer a los clientes cupones voluntarios por la suma pagada, en lugar de un reembolso inmediato
<b>FRANCIA</b>	 Fondo de solidaridad: ayuda de 1.500 euros para pequeñas empresas que generan menos de un millón de euros de facturación.   Plan específico TURISMO	 300 mil millones € 12,4% PIB 90% aval pymes / 80% medianas / 70% grandes  15 mil millones de euros para rescatar a la industria aeroespacial 7,000 millones € Air France.	 Exención de las cotizaciones a la seguridad social para pymes de marzo a junio y exención de la tasa turística municipal en 2020.	 El Estado se hace cargo del pago a trabajadores en paro parcial. La cobertura se extiende más en el tiempo para el sector turístico.	 Exención del pago de alquiler durante el cierre forzoso para los sectores de hostelería, eventos, turismo, cultura.	 Modificación de las condiciones para la cancelación de reservas de viajes para permitir que el reembolso se reemplace por un crédito futuro.
<b>ITALIA</b>	 Contribución no reembolsable de entre el 10 y el 20% de la caída de la facturación para empresas que facturen menos de 5 millones de euros.	 350 mil millones € 19,6% PIB 80% aval (90% reaseguros)  Nacionalización Alitalia.	 Suspensión del pago de las retenciones, contribuciones a la seg. social y primas de seguro obligatorio para la cadena de valor turística. Supresión impuesto IMU sobre hoteles.	 Subsidios a los parados, y apoyo de 600 euros para los autónomos. Extensión de redes de seguridad social también a trabajadores temporeros de turismo y entretenimiento.	 Crédito para cubrir alquileres comerciales.	 Reembolsos con para viajes, paquetes turísticos y contratos de alojamiento. Bono de 500 euros (80% descuento y 20% deducción fiscal) para reactivar el turismo dentro del país.

## PAÍSES EUROPEOS

PAÍS	AYUDAS DIRECTAS	LÍNEAS DE CRÉDITO / PRÉSTAMOS*	IMPUESTOS	EMPLEO	ALQUILERES	CANCELACIONES/ BONOS DE VIAJE
<b>SUECIA</b>		 62,1 mil millones € 13,1% PIB 70% aval pymes  Garantías de crédito estatales a las aerolíneas 140 millones de euros a SAS.	 Las empresas pueden diferir el pago de las contribuciones de seguridad social de los empleadores, el impuesto sobre los salarios y el IVA.	 Esquema de despidos a corto plazo: los empleados reciben más del 90% de sus salarios, pero los costes salariales de los empleadores pueden reducirse a la mitad,	 Cobertura estatal y temporal hasta el 50% de los gastos de alquiler de hoteles y restaurantes.	
<b>NORUEGA</b>	 Esquema de compensación para empresas que en otras circunstancias serían sostenibles con una caída de ingresos de al menos 30%.	 8,7 mil millones de € 3% PIB  Esquema de garantía de 550 millones de euros para la industria de la aviación. Y esquema de préstamo de 185 millones para operadores de paquetes turísticos	 Exenciones de impuestos para aerolíneas. Reducción del tramo reducido del IVA, que incluye transporte y alojamiento del 12 al 6%.	 Subsidio temporal para que las empresas recuperen temporalmente a los trabajadores despedidos.		
<b>DINAMARCA</b>	 Ayuda directa de empresas con una caída de facturación mayor al 40% para pagar costes fijos.	 6,1 mil millones de € 2% PIB 70% aval  140 millones de euros a SAS.	 Los gobiernos locales anticiparán los pagos a las empresas y diferirán los impuestos sobre las propiedades comerciales.	 El Estado pagará el 75% del salario, los empresarios, un 25%, y los empleados trabajarán cinco días gratis.		 Las garantías estatales a la industria de viajes (Fondo de Garantía de Viajes) se han incrementado en 300 millones de euros
<b>PAÍSES BAJOS</b>	 Plan de reembolso de 4.000 euros para emprendedores en los sectores afectados.	 15,6 mil millones de € 2% PIB  Hasta 4.000 millones de euros. a KLM.	 Los dueños de alojamientos turísticos pueden solicitar una ampliación del plazo de pago del impuesto turístico municipal.	 Compensación temporal de los costes salariales, hasta el 90% de la factura salarial en función de la caída de la facturación.		 TTOO y AAVV ofrecen un voucher a sus clientes que quieran anular su viaje.

## OTROS PAÍSES COMPETIDORES MAS DIRECTOS

PAÍS	AYUDAS DIRECTAS	LINEAS DE CRÉDITO / PRÉSTAMOS*	IMPUESTOS	EMPLEO	ALQUILERES	CANCELACIONES/ BONOS DE VIAJE
<b>TURQUÍA</b>  Plan específico TURISMO	 Los tres bancos públicos ofrecerán a todas las empresas, préstamos en condiciones favorables.  Ayudas a Turkish Airlines	 Los tres bancos públicos ofrecerán a todas las empresas, préstamos en condiciones favorables.	 Posposición a noviembre del pago del impuesto de alojamientos y bajada del 18% al 1% del IVA de billetes aéreos nacionales.	 Flexibilización del esquema de reducción de jornada.	 Posposición 6 meses del pago de alquileres de hoteles de los meses de abril, mayo y junio.	 Los billetes de avión se pueden usar durante 1 año después de la fecha de eliminación de las restricciones de vuelo.
<b>PORTUGAL</b>	 6,2 mil millones de € 6,1% PIB  Empresas turismo: 900 mill. € Microempresas turismo: 100 mill. € Empresas restauración: 600 mill. € Agencias de viajes, entretenimiento turístico, organizadores eventos 200 mill. €.	 6,2 mil millones de € 6,1% PIB	 Las empresas que están cerradas o cuya actividad es reducida por las autoridades de salud están exentas de las contribuciones a la seguridad social asociadas a los despidos temporales, así como el primer mes después de la reanudación de la actividad.	 Plan de despido temporal para empresas disminución en la facturación del 40% en comparación con los tres meses anteriores: el empleador es responsable del 30% de la compensación retributiva y la Seg. Social del 70%.		
<b>GRECIA</b>	 2,25 mil millones de € 1,2% PIB	 2,25 mil millones de € 1,2% PIB	 Suspensión del pago del IVA, durante 4 meses, en sectores donde la actividad comercial de la empresa se detiene, Reducción del 24% al 13% entre junio y octubre del IVA del transporte, las bebidas no alcohólicas y las entradas de los cines al aire libre.	 Subvención de los salarios y las contribuciones a la Seguridad Social de los trabajadores del sector turístico. Ayudas a los 120.000 trabajadores estacionales que no tendrán un empleo en el sector turístico este año.	Reducción del 40% en el alquiler de locales comerciales, hasta después del verano, para las empresas de sectores afectados por la crisis.	

## A.4. 10 medidas prioritarias y urgentes para el salvamento/rescate del sector turístico a corto plazo

Ante el, cada día mas probable, riesgo de desaparición de empresas turísticas en lo que queda de año , con el consecuente coste social en términos de actividad y desempleo, es imprescindible intensificar a corto, la ayuda al sector con las siguientes medidas en tres ámbitos:

### A.-PROTECCION DEL EMPLEO



#### EXTENSION DE ERTES

1. Condiciones específicas para el sector, extendiendo los mismos incentivos actuales vinculados a fuerza mayor hasta **mínimo diciembre de 2020**, permitiendo la incorporación gradual y vinculando a la recuperación de la actividad la justificación del mantenimiento del empleo

### B.-ASEGURAR UN ESCUDO DE LIQUIDEZ



#### b.1-FINANCIACIÓN

2. Ampliar las líneas de crédito del ICO, otros 5.000 millones específicos y adicionales en 2020 para las empresas turísticas, igualar en el **90%** los porcentajes avalados por el Estado, al margen del tamaño y ampliar a **dos años** el plazo de carencia para la devolución de los préstamos.



#### b.2-IMPUESTOS

3. Suprimir los pagos fraccionados mínimos del Impuesto de Sociedades relativos a 2020.
4. Aplazar la autoliquidación e ingreso de las retenciones e ingresos a cuenta del IRPF, propios de los meses donde los ingresos se mantengan en caídas superiores al 50% vs 2019.
5. Devolución temporal del IVA, mientras no se cobren las facturas impagadas por clientes.
- 6 Reducción temporal durante 2020/2021 de los tipos impositivos del IVA de las actividades turísticas al 7%.



#### b.3-CANCELACIONES

7. Reintroducir en la legislación una formula temporal y homologable a los bonos canjeables, para el consumidor, por servicios pagados y no prestados durante el período de alarma, para evitar la descapitalización de los operadores turisticos que no tienen cash para devolver.



#### b.4-ADECUACIÓN DE ALQUILERES

8. Facilitar el marco legal que ampare de forma temporal y adecuado a la situación extraordinaria, la renegociación del pago de los alquileres industriales de establecimientos turísticos a las nuevas condiciones de actividad.



### C.-DINAMIZAR LA DEMANDA A CORTO

9. Diseño y aplicación de una potente campaña inmediata de marketing y comunicación (interna y sobre todo externa).
10. Incentivar la conectividad aérea, entre cuyas medidas, una reducción de mínimo un **20%** de las tasas aéreas durante 12 meses y exoneración de las tasas turísticas de Baleares y Cataluña en 2020.

A hand is shown holding a small, dark-colored bird on its index finger. The bird is perched on the tip of the finger, with its wings slightly spread. The background is a bright, cloudy sky, suggesting a sunrise or sunset. In the upper right corner, another larger bird is seen in flight, its wings fully extended. The overall scene conveys a sense of care, protection, and the release of a creature into the wild.

B. Medidas para la  
transformación / reconstrucción  
y refuerzo de la competitividad  
turística Española Post Covid 19

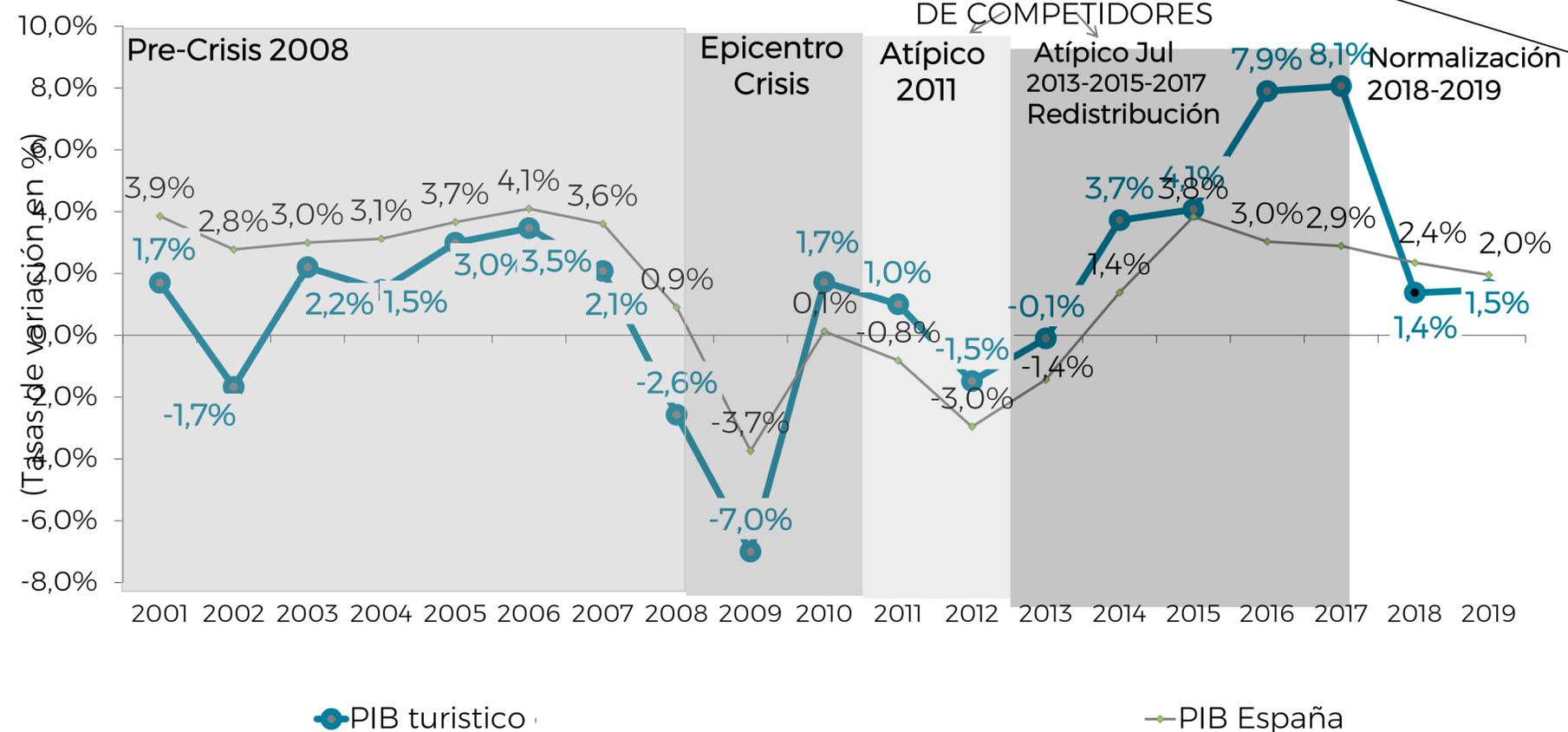
# EL TURISMO ACUMULA RETOS DE COMPETITIVIDAD ESTRUCTURAL Y AUSENCIA DE VERDADERAS POLÍTICAS TURÍSTICAS DE ESTADO, DESDE HACE 2 DECADAS = PARADIGMA EL TURISMO VA SOLO...??

El sector turístico español viene sufriendo problemas de competitividad estructural en las últimas 2 décadas, especialmente en el segmento vacacional de la costa, que se han visto ocultados por los problemas de inseguridad de países competidores

Crecimiento medio de la actividad turística desde el año 2000 por debajo del resto de la economía española = Turismo resta

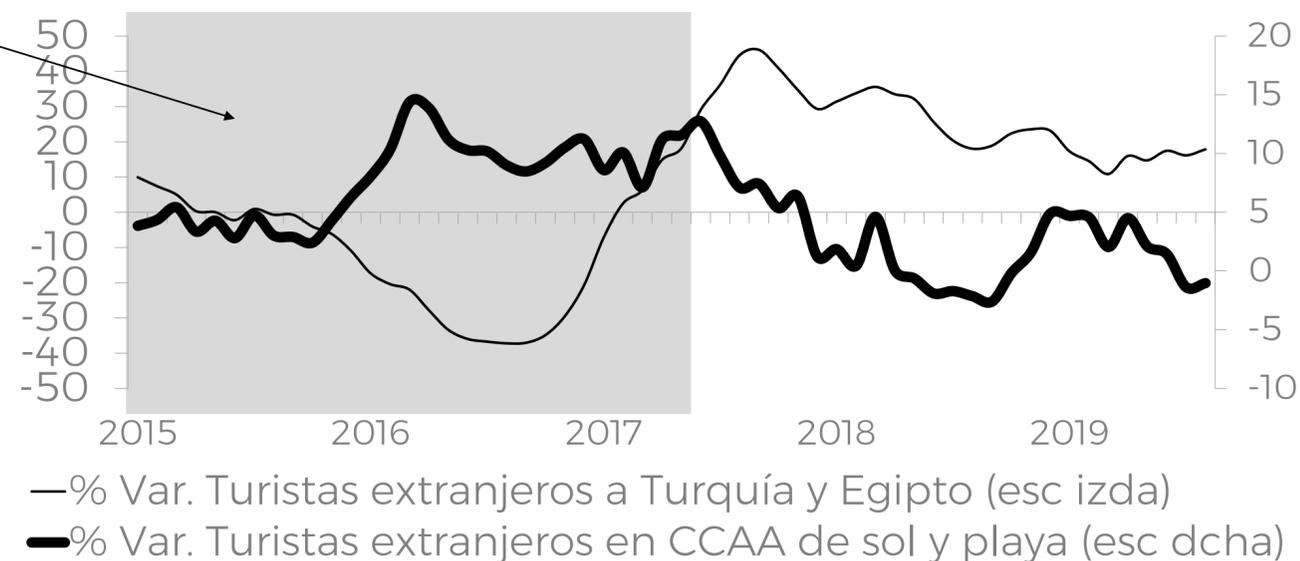
12 millones de turistas prestados en 2011-2017

ATÍPICO REDISTRIBUCIÓN FLUJOS TURÍSTICOS POR INESTABILIDAD GEOPOLÍTICA DE COMPETIDORES



Evolución de las llegadas de turistas en el turismo vacacional español y en los países competidores del Mediterráneo Oriental

Fuente: elaborado por EXCELTUR a partir de Frontur (Turespaña e INE, OMT, CAMPAS, Banco Central de Turquía y Ministerio de Turismo de Túnez)



€ 80 millones de euros, es el raquítico presupuesto anual medio (2011-2019) de la Secretaria de Estado de Turismo para política turística

## B.2. La salida del COVID 19, brinda la oportunidad para afrontar diversos retos aplazados y pendientes más estructurales del sector turístico y ver de alinearse con los nuevos desafíos globales y los ODS



La caída de actividad provocada por el Covid-19 ha puesto de manifiesto como nunca, el papel directo e indirecto que juega el turismo en la economía, en el empleo y lo que aporta a la sociedad en conjunto

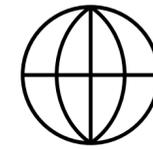
Turismo en España 2019	153	<i>mil millones de € de actividad</i>
	60	<i>mil millones de € en divisas</i>
	1.249	<i>millones de pernoctaciones</i>
	2,6	<i>millones de empleos</i>



La pandemia ha introducido la **oportunidad y obligación de reflexionar**, sobre recursos para el salvamento que no se pueden desaprovechar



No caben muchas alternativas ante la disyuntiva de recuperar la actividad turística bajo los mismos paradigmas o hacerlo bajo nuevos modelos para volver a liderar el crecimiento económico español



El escenario post Covid requerirá nuevos modelos y paradigmas para destinos, turistas y operadores turísticos, para ajustarse a los nuevos retos y una feroz y creciente competencia global.

### Nuevos retos y paradigmas



**Objetivos a medio plazo de este Plan RENACER TURISMO: reconstruir la actividad bajo otros paradigmas e invertir en mejora y reposicionamiento de oferta, con menor impacto ambiental y mayor reconocimiento social**

## Prioridad estratégica

No más volumen “per se”:  
atraer turistas de + gasto

→  
Rápida evolución competitiva  
de empresas y destinos

→  
Crear vivencias turísticas  
locales mas experienciales

→  
Una mayor concienciación  
ambiental/energética

→  
Crear mejor empleo, empatía  
y bienestar ciudadano

## Inversión en:

- Reforma de destinos pioneros e instalaciones individuales
- Mejora y valorización de espacios públicos
- Infraestructuras básicas e Intermodales: Tren/Avión/Barco
- Reducción huella ecológica y eficiencia energética
- Formación de capital humano
- Inteligencia de cliente/mercado: Marketing mas segmentado
- Digitalización de empresas y destinos
- Incentivar mayores economías de escala, tamaño y competitividad

## Resultados deseados



- Estancia media
- Satisfacción clientes
- Empleo y talento
- Condiciones salariales
- Reconocimiento social
- Empatía ciudadana
- Eficiencia energética
- Protección del entorno
- Más compras locales
- Sector mas fortalecido



- Sobrecarga/Congestión
- Huella de carbono
- Residuos/+Reciclaje
- Rechazo social

## Del anterior modelo turístico pre-Covid



De la mera *llegada de turistas como medida del éxito a la maximización de ingresos y efectos multiplicadores por turista, sobre el tejido socio-empresarial en los destinos*, minimizando sus impactos ambientales y sociales, aunque ello suponga perder volumen de demanda indiferenciada.



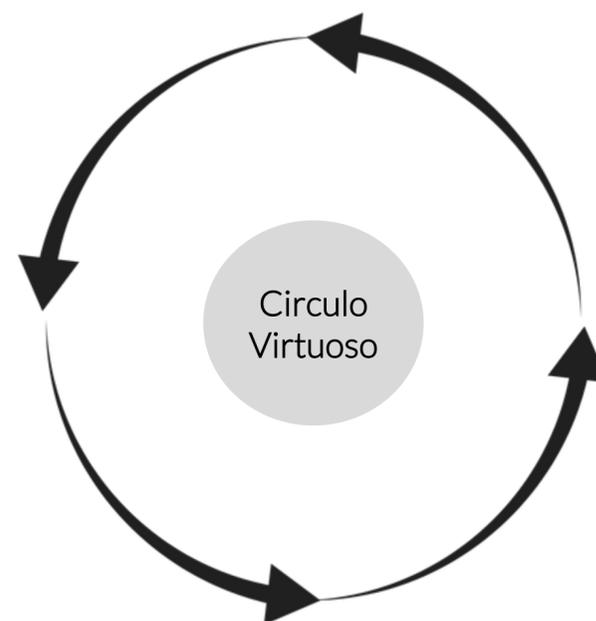
De un *creciente rechazo de ciertos ámbitos de la sociedad al turismo, al reconocimiento de su papel clave en la cohesión y reafirmación de los valores territoriales, la empleabilidad y la recuperación económica sostenible*.



De un *retraso en la digitalización y la alfabetización tecnológica de empresas y destinos a liderar su aplicación* procurando la mayor eficiencia de procesos internos y sobre todo, de la experiencia del turista, la coordinación de la cadena de valor y la gestión integral de los destinos.



De una limitada alineación del sector con los objetivos de reducción de la huella ambiental a un gradual *compromiso con la estrategia española de economía circular, cambio climático y movilidad sostenible 2030*.



## a un nuevo modelo **RENACER TURISMO**

De un sector fragmentado y atomizado *sin controlar nuestros posicionamientos de oferta y demanda turística, básicamente en manos de intermediarios extranjeros*, a un sector más fortalecido por una mejor capacidad competitiva diferencial, bien por mayor tamaño/branding/ singularidad de propuestas alianzas/economías de escala, etc. Diseñar nuevos productos más experienciales y apelando a las políticas de marketing y estrategias de digitalización más novedosas, *atraer y fidelizar aquellos perfiles de turistas más rentables y deseables para empresarios y ciudadanos a nivel local*.



De *gestionar e invertir en recursos turísticos estándares y anodinos, a la creación de experiencias diferenciales* basadas en resaltar y cuidar los elementos del entorno, identidad local de los destinos y su estilo de vida.



De un *modelo alojativo donde últimamente predomina la oferta residencial*, agravado por el gran descontrol de las viviendas turísticas sin regular, a la *apuesta por las tipologías regladas más sostenibles, generadoras de mayor empleo y más rentables socioeconómicamente*.



De la *creciente obsolescencia y gradual pérdida de atractivos de una parte relevante de la oferta de destinos pioneros del litoral* al diseño de un plan(es) específico(s) de apoyo con fondos UE *a su renovación integral* como espacios de alta calidad de vida y experiencias lúdicas, para dejar de competir por precio y hacerlo por mayor valor añadido.

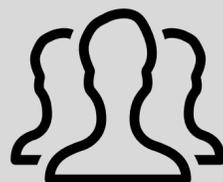
## B.4. Cinco principios de trabajo clave para un futuro RENACER del sector turístico español



**Inteligencia:** nuevas métricas basadas en generar mejor inteligencia sobre objetivos prioritarios concretados en indicadores sobre: hábitos y conocimiento de consumidores, segmentación de mercado, rentabilidad económica, impacto ambiental, límites de carga, sentimientos ciudadanos, bienestar social, etc.



**Estrategia:** hoja de ruta consensuada y liderado desde el Gobierno de España para el período 2021-2024 que involucre al sector privado, CCAA y entes locales, con programas operativos a mínimo 3 años: NUEVO PLAN RENACER TURISMO.



**Profesionalidad:** para una gestión cada día más técnica y despolitizada que exige los nuevos retos globales del turismo, asegurar la viabilidad de incorporar/contratar el mejor talento disponible a cualquier nivel de responsabilidad (bien del sector público o privado) para la puesta en práctica de las acciones del plan.



**Gobernanza:** nuevos modelos y sistemas de coordinación interadministrativa y de cooperación y cogestión integral publico-privado que aseguren los mayores compromisos recíprocos para facilitar la mayor agilidad y acceso a diversas fuentes de recursos, que a su vez garanticen las mayores eficiencias.



**Evaluación:** una metodología con unos indicadores (KPIs) claros y concisos, que permitan medir y contrastar el logro de los objetivos deseados y orienten a su vez, sobre las políticas e iniciativas de reorientación de actuaciones, presupuestos y equipos, etc.

## 10 acciones estratégicas para la transformación del sector turísticos español a medio plazo

### 10 ejes de actuación prioritarias del Gobierno para la transformación turística a medio plazo

Bajo dos grandes mantras que forman parte del ADN de EXCELTUR

- La sostenibilidad y la RSC como principios rectores de fondo.
- La digitalización como catalizador de competitividad y resiliencia

1. Rediseño y refuerzo de la estructura, recursos humanos y presupuestos de la Secretaria de Estado y Turespaña potenciando su liderazgo interinstitucional y la capacidad de gestión público-privada .
2. Elaborar un urgente Plan estratégico 2021-2024 para el gradual reposicionamiento y valorización del turismo español a medio plazo, alineando al conjunto del sector con los nuevos retos turísticos globales, que conlleve en paralelo un nuevo plan de marketing para articular las acciones a ejecutar.
3. Afrontar un plan de renovación integral de los destinos pioneros del litoral, dotado con no menos de 10.000 millones de € en 4 años con los nuevos fondos de la UE, que pueda inducir no menos del doble en inversiones del sector privado y permita un giro radical a la oferta de 4-5 grandes destinos
4. Abordar un plan de digitalización turística de empresas y destinos (1,000 Mills de € en 4 años ) basado en una visión . Reorientar la misión y el modelo de gestión de SEGITTUR ,
5. Atajar y controlar el aumento desbordante de las viviendas de uso turístico en situación irregular con políticas y coordinación legislativa (inter-autonómica y con Bruselas) que faciliten normativas de obligado cumplimiento en toda España y que exijan la corresponsabilidad de las plataformas.
6. Abordar políticas de gestión e inversión de infraestructuras estratégicas (AENA), más en línea con el interés turístico, primando la intermodalidad de todos los medios de transporte (1.500 Mills €)
7. Apostar por un marco de flexiseguridad en las relaciones laborales y la capacitación de recursos humanos que preserve los avances de la reforma laboral y la flexibilidad en la empresa
8. Incentivar la reducción de la huella ecológica del turismo (5.000 millones de euros en 4 años) para alinearse progresivamente con los objetivos de reducción de CO<sub>2</sub> y del desarrollo sostenible
9. Realizar campañas para potenciar la imagen social del turismo a todos los niveles (desde escolares a acciones directas con la ciudadanía ) , que realcen y pongan en mayor valor el papel del turismo
10. Invertir en la creación de un nuevo sistema de inteligencia turística, orientado no solo a la gestión pública, sino muy en especial a la mejora de decisiones de un sector privado, al que por costes y/o falta de economías de escala, le es difícil acceder a esta información.



## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### EJE 1: Mejora del modelo de gobernanza

Acciones en pro de un sistema de gobernanza turístico más profesionalizado, coordinado, colaborativo e integral con capacidad para liderar una política turística de Estado con el apoyo y colaboración de las CCAA y el sector privado

#### 1. Refuerzo de la Secretaria de Estado de Turismo (de no ser un M<sup>o</sup> propio) para liderar la política turística española

- Dotación de unos recursos humanos y presupuestarios mas acordes a la relevancia del sector y los notables retos competitivos y de transformación de su modelo a los que se va a enfrentar, en contraposición a los mas que ridículos importes del presupuesto actual.
- Creación de una Dirección General de Competitividad Turística para afrontar la estructuración, valorización y reposicionamiento experiencial de la oferta turística española en colaboración con CC.AA. y CC.LL. y el sector privado.
- Transformación de la visión y misión de Turespaña en torno a una fundación (*u cualquier otra formula jurídica homologable*) que como en otros países facilite una verdadera cogestión publico-privada, orientada a un marketing turístico off-line y on-line del siglo XXI.
- Transformación de la misión y visión de SegiTTur para facilitar la integración y una cogestión del sector privado, para impulsar el emprendimiento y la inversión en innovación y digitalización de destinos y empresas turísticas españolas, con orientación cliente.

#### 2. Apuesta por una mayor coordinación turística interinstitucional

- Creación de una delegación permanente del M<sup>o</sup> de Turismo en Bruselas frente a la UE, para trasladar y defender las acciones y posicionamientos públicos y privados que afectan al sector de un país líder, que debiera marcar las pautas europeas en este ámbito.
- Dinamización y convocatoria, al menos cada dos meses, de la Conferencia Interministerial de Turismo en el gobierno de España para defender y comprometer los posicionamientos y las diversas políticas transversales de otros ministerios en favor del turismo.
- Liderar y dotar de más contenidos, gestión y coordinación a la Conferencia Sectorial con las CC.AA. y el Consejo Español de Turismo (CONESTUR), creando Comités Ejecutivos reducidos, que faciliten y agilicen su trabajo y la toma de decisiones efectivas.

#### 3. Integrar al sector privado en los órganos de diseño y gestión de la política turística

- Integrar a las empresas privadas en la gestión de Turespaña y SegiTTur.



## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### **EJE 2: Elaboración de una hoja de ruta estratégica a medio plazo**

Elaboración de un nuevo plan estratégico del turismo español 2021-2024, que consensue el posicionamiento y las transformaciones necesarias del modelo(s) turístico(s) para atraer aquellos turistas de mayores efectos multiplicadores, con un menor impacto social y ambiental. Además de las medidas recogidas en otros ejes, el Plan debería incorporar:

#### **1. Creación de un marco homogéneo de clubs de producto que structure la oferta turística española**

- Selección de las 20 líneas/experiencias turísticas diferenciales y del mayor valor estratégico para España (sol y playa, cultura, golf naturaleza, etc.), que orienten la oferta de servicios prioritarios sobre los que basar los posicionamientos de empresas y destinos.
- Diseño de las especificaciones técnicas que permitan la integración de los diversos actores / clústeres para cada club de producto.
- Diseñar las acciones de marketing y comercialización por líneas de producto dirigido a los turistas de mas contribución económica.

#### **2. Diseño de un nuevo Plan de marketing basado en las nuevas oportunidades digitales y on line**

- Incorporar acciones que aumenten el poder de la marca “España” y su reputación entre los clientes de mayor capacidad de gasto.
- Orientar las acciones de marketing priorizando las líneas de productos/clústeres mas deseables y del mayor valor añadido.
- Desplegar acciones de venta cruzada entre los clientes que ya visitan España para promover su repetición.
- Implementar acciones de retención y fidelización de los turistas más interesantes.
- Conquistar nuevos segmentos de clientes de mas valor, tanto en los mercados origen mas maduros, como en los emergentes.

#### **3. Establecimiento de acciones con calendarios, presupuestos, agentes responsables e indicadores de resultados de cada una de las acciones**

- Publicación anual de la memoria de cumplimiento de las acciones del plan.



## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### Eje 3: Renovación integral de los destinos pioneros del litoral

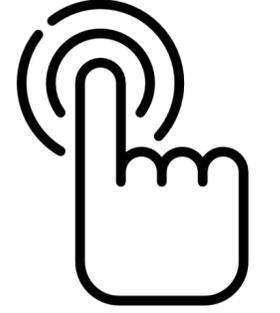
Medidas para impulsar los nuevos paradigmas de trabajo en el litoral basados en la renovación integral de destinos pioneros establecimientos turísticos y los espacios públicos, sin incremento de plazas y con criterios de eficiencia energética para la atracción de un turistas de mayor gasto, que permitan un mayor y un mejor empleo, a semejanza de Magaluf, Ibiza, etc.

#### 1. Marco para la renovación de instalaciones turísticas (hoteles, bares, restaurantes, tiendas y actividades de ocio)

- Incentivos urbanísticos de mayor edificabilidad (siguiendo la línea de la Ley Balear de turismo de 2012) para la renovación de instalaciones turísticas, sin aumento de plazas y bajo condiciones de reducción de la huella climática y eficiencia energética.
- Establecimiento de un sistema de incentivos fiscales (Impuesto de Sociedades, IBI e IVA) para la inversión en renovación.
- Agilización en la tramitación administrativa con la extensión de la declaración responsable para las obras de reforma de las instalaciones turísticas.
- Plan de ayudas directas procedente del Plan de Reconstrucción Europeo para inversión en instalaciones complementarias y desestacionalizadoras (salas de reuniones, spas, gimnasios, restaurantes, terrazas).
- Línea específica de crédito con condiciones extraordinarias para la renovación de instalaciones turísticas de diversa naturaleza.

#### 2. Plan de inversión en la regeneración de espacios públicos e infraestructuras básicas

- Aplicar parte de los fondos de reconstrucción europea para reconversión integral/urbanística, inversión en esponjamiento y en equipamientos e instalaciones que realcen la identidad y el atractivo diferencial de destinos maduros.
- En esa línea extensión adicional a destinos del litoral de los planes de regeneración de núcleos urbanos del Mº de Fomento.
- Movilización de los superávits municipales de los destinos del litoral para la mejora de equipamientos y de espacios públicos.
- Diseño de Planes Especiales de Reforma Interior para la regeneración de destinos estratégicos.
- Plan especial de inversión en infraestructuras básicas (saneamiento y depuración de aguas, recogida y tratamiento de residuos).



## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### Eje 4: Impulso a la digitalización empresas y destinos turísticos

Redacción de un plan decidido de fomento de la digitalización en empresas y destinos dirigido a fomentar la integración de la cadena de valor, la mejora de la experiencia del turista y la gestión de las externalidades en destino

#### 1. Plan para la digitalización de destinos turísticos en el marco de los Destinos Turísticos Inteligentes

- Establecimiento de las 10 prioridades para la gestión de los destinos en los que la tecnología puede incorporar un valor estratégico adicional para todos los “ stakeholders” públicos y sobre todo privados que convergen en los destinos.
- Diseño de un estrategia de compra agregada de tecnología para las acciones comunes identificadas por los destinos españoles en el ámbito del plan de digitalización de destinos de Red.es.
- Plan piloto “*España turística frictionless*” dirigida a facilitar el tránsito/contacto del turista con los distintos actores con las menores rigideces gracias a aplicar innovaciones tecnológicas (reconocimiento biométrico, ticket único, sistemas de pagos electrónicos...).

#### 2. Plan de fomento de la digitalización de la empresa turística española

- Campaña de sensibilización empresarial sobre las oportunidades de la digitalización en la eficiencia en la gestión.
- Programa de formación a empleados y directivos en habilidades digitales en la empresa.

#### 3. Plan de apoyo al emprendimiento turístico y los hubs tecnológicos

- Promover un ecosistema digital abierto, basado en el concepto de open innovation.
- Recuperación e impulso del Programa Emprendetur para ejercer de seed capital para start-ups.
- Impulso de la investigación aplicada en programas de innovación turística, en colaboración con el sistema de ciencia y tecnología español y europeo.



## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### EJE 5: Estrategia de control de las viviendas de uso turístico

Acciones para asegurar el mejor ordenamiento normativo y su cumplimiento para frenar el crecimiento descontrolado de las viviendas de uso turístico. Se trataría de garantizar un mejor equilibrio con la capacidad de carga de los destinos, un mejor acceso a la vivienda para los residentes y su convivencia vecinal y la equidad competitiva con el resto de operadores

#### 1. Promoción de un marco regulatorio común de las viviendas de uso turístico en las CC.AA

- Definición clara y única de la Vivienda de Uso Turístico.
- Exigencia de la cédula de habitabilidad como certificación mínima de su capacidad para alojar personas.
- Obligatoriedad de compatibilidad del uso turístico de la vivienda con el planeamiento urbanístico municipal.
- Adecuación del uso turístico de la vivienda con los estatutos de la comunidad de propietarios.
- Necesidad de la cesión completa de la vivienda, eliminando la posibilidad de comercialización de habitaciones sueltas.
- Cumplimiento de la normativa de seguridad ciudadana.
- Exigencia de información básica al consumidor: número de registro, tfno de asistencia 24h, identificación y hoja de reclamaciones.
- Dotaciones mínimas de estándares de calidad.

#### 2. Acciones para garantizar el mas riguroso cumplimiento normativo

- Modificación de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información para corresponsabilizar a las plataformas digitales de hacer cumplir la legalidad vigente del alquiler de viviendas de uso turístico y así ayudar a CC.AA. y ayuntamientos que se pueda cumplir su marco normativo.
- Incluir en la normativa autonómica la responsabilidad de verificación de los canales de comercialización de la oferta de que cada vivienda dispone del número de registro en la comunidad autónoma donde se ubica.

## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### Eje 6: Estrategia de gestión e inversión en infraestructuras de transporte

Abordar una reflexión estratégica sobre la planificación y gestión de infraestructuras de alto impacto turístico (ej. AENA), que señalice las prioridades de gestión que más favorezcan al turismo del que dependen, así como sus inversiones para mejorar la conectividad de destinos españoles, la intermodalidad (AVE/Avión/Barco) entre medios de transporte y tecnologías para facilitar el tránsito de viajeros, promoción de nuevos sistemas de movilidad baja en emisiones, etc.

#### 1. Impulso de un plan de inversiones prioritarias para la conectividad de los destinos

- Plan de intermodalidad turística, que potencie la conexión del AVE con el HUB del aeropuerto de Madrid (ramal con salidas desde el aeropuerto) y aproveche las inversiones en los distintos sistemas de transporte, para generar la mayor eficiencia en las interconexiones, aéreas y marítimas con el AVE en el resto de España.
- Inversiones para digitalizar la experiencia de viaje del turista en aras de alcanzar el billete único con mínimos trámites, y a su vez en tecnología punta para acelerar la identificación biométrica y equipos para agilizar tránsitos y controles sanitarios evitando colas, etc.

#### 2. Acciones para mejorar la gestión de las infraestructuras y las normativas más estratégicas de transporte

- Mayor peso del interés general en decisiones de los grandes gestores de infraestructuras de transporte, muy especialmente AENA, para favorecer al máximo al sector turístico del que dependen y sirven: políticas de tasas/cánones en aeropuertos españoles, inversión en equipos/procesos telemáticos de vanguardia para acelerar la fluidez de controles sanitarios y tránsito por aeropuertos.
- Liderar la defensa del espacio único europeo con el propósito de mejorar la eficiencia en las operaciones aéreas y ayudar a conseguir los objetivos de reducción de la huella de carbono y colateralmente ahorrar costes que pudieran repercutirse al turista.

#### 3. Medidas para mejorar la movilidad en los destinos

- Inversión en movilidad sostenible en los destinos, primando la gestión de subsectores clave como el Rent a Car que aparte de la capilaridad de gasto turístico que promueve, dispone de vehículos renovados y acordes a las normas y retos medioambientales.

## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### **EJE 7: Apuesta de un marco de flexiseguridad en las relaciones laborales**

Profundizar en las medidas dirigidas a la flexibilización de las relaciones laborales, combinadas con una mayor protección del empleo y la inversión en formación para mejorar la capacitación para incrementar el salario medio

#### **1. Medidas para el favorecimiento de la flexibilidad interna de las empresas en la organización del trabajo**

- Extender la distribución irregular hasta un máximo del 10% de la jornada laboral.
- Eliminar las categorías profesionales y su transformación en grupos profesionales que faciliten la polivalencia funcional.
- Facilitar la adaptación de las condiciones de trabajo a la empresa permitiendo el descuelgue del convenio colectivo.

#### **2. Acciones para el fomento del contrato fijo discontinuo**

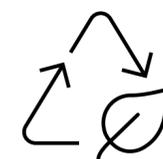
- Incorporar en los convenios colectivos del sector una definición de temporada más flexible, que promueva su mayor uso.
- Introducir criterios de flexibilidad en los procesos de llamamiento de los trabajadores.
- Hacer una campaña de divulgación y conocimiento de sus características y beneficios.

#### **3. Medidas para el impulso de contratos clave en el sector**

- Impulso del contrato a tiempo parcial.
- Refuerzo del contrato para formación y aprendizaje.

#### **4. Fomento de la formación como instrumento de capacitación y carrera profesional**

- Desarrollar un curriculum nacional para la industria.
- Impulsar la planificación de la formación en la empresa.
- Fomentar los programas de estudiantes en prácticas empresariales.



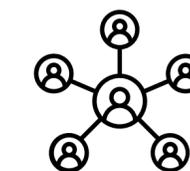
## B.6. Plan Renacer Turismo: Detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### EJE 8: Reducción de la huella ecológica del turismo

Acciones dirigidas al alineamiento con los objetivos españoles de reducción de la huella ambiental, incluyendo la reducción de CO2, reducción y gestión circular de residuos, eficiencia energética y consumo de agua

1. Programa de eficiencia energética sobre instalaciones físicas con objetivos medibles y evaluables de reducción de la huella de carbono
2. Plan de protección y recuperación de espacios de alto valor paisajístico-turístico en zonas del litoral
3. Programa para el fomento de los principios de la economía circular en los destinos
4. Campañas de sensibilización al turista sobre el esfuerzo y preservación del entorno, de los valores locales e identitarios, del patrimonio y de la protección ambiental de los destinos

### EJE 9: Estrategia de potenciación de la imagen social del turismo



Medidas encaminadas a mejorar la percepción y reconocimiento de la sociedad española frente al turismo

1. El refuerzo de recursos y equipos del INE con el objeto de mejorar los indicadores y estadísticas turísticas y en particular las que permitan el cálculo con una periodicidad anual, de la Cuenta Satélite del Turismo Español
2. Una campaña de concienciación ciudadana a nivel nacional que relate los valores y beneficios del turismo (Ejemplo “ Turismo somos todos y es tarea de Todos “ realizada en su día en varias ciudades por EXCELTUR)
3. La incorporación del turismo en los programas formativos de las **asignaturas optativas de comercio y economía en los estudios de secundaria y bachillerato**



## B.6. Plan Renacer Turismo: detalle de las propuestas por Ejes Estratégicos

### **EJE 10: Inversión en Inteligencia Turística**

Medidas encaminadas a la consolidación de un sistema de inteligencia de referencia mundial que ayude a los agentes turísticos españoles (públicos y privados) a su toma de decisiones, aprovechando las nuevas fuentes y herramientas digitales

#### **1. Creación de un nuevo sistema de Inteligencia Turístico**

- Que refuerce el sistema de estadísticas desarrollado por el Instituto Nacional de Estadística.
- Que invierta en la compra y uso de los nuevos sistemas masivos de datos (Big data) para la cuantificación y seguimiento en tiempo real y con alta granularidad territorial de los flujos y el gasto de los turistas, tanto españoles como extranjeros.
- Que desarrolle un sistema de información de mercado sobre perfiles, hábitos de comportamiento, preferencias, formas de comprar y satisfacción de los turistas de nuestros principales mercados.
- Que genere un GIS para aproximación y seguimiento de la capacidad de carga de los destinos , permitiendo la monitorización de del los impactos del turismo sobre los objetivos de desarrollo sostenible a lograr, tanto ambientales como sociales.
- Que sea una célula de inteligencia prospectiva de mercado, permita anticipar y alertar sobre posibles sucesos de alto impacto para el sector (quiebra de compañías, brotes epidemiológicos, sucesos naturales, disrupciones tecnológicas,...) y disponga las medidas y protocolos mas idóneos para limitar sus efectos.
- Creación de un sistema web para la difusión, comparación y alimentación del sistema.

#### **2. Refuerzo de un sistema de alianzas con centros de conocimiento universitarios y privados**

## 4. MARCO ESTRATÉGICO 2020-2030 Y PRIMER PROGRAMA OPERATIVO 2020-2024

El Plan RENACER Turismo nace con la vocación de ser una apuesta de largo plazo, alineado con los calendarios de los retos globales que tienen como escenario de reflexión el año 2030. La propuesta RENACER supone la realización de un ejercicio de reflexión para una década, que señalice los principales ámbitos de trabajo y de necesidad de transformación competitiva del sector turístico español, que sea desarrollado con medidas y calendarios concretos por programas operativos.

### Primer Programa operativo del Plan Renacer Turismo 2020-2024

Dada la situación de emergencia del sector, el primer plan operativo 2020-2024 del Plan RENACER ha de priorizar e incorporar el conjunto de medidas para garantizar el salvamento empresarial en el segundo semestre del año 2020, que es el periodo más crítico, tras una temporada turística parcial y a medio gas e inicio de 2021.

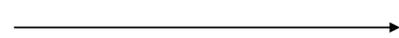
En paralelo debe contemplar el arranque y primera puesta en marcha de un primer paquete de medidas de transformación competitiva que se alinee y se ajuste con las prioridades de los Fondos y transferencias procedentes del Plan de Reconstrucción Europeo, que serán el principal recurso financiero para poderlas abordar.

# PRIMER PROGRAMA OPERATIVO DEL PLAN RENACER: 2020-2024

La aplicación de las medidas contenidas en este PLAN RENACER DEL TURISMO ESPAÑOL supone la necesidad de dedicar una ingente cantidad de recursos públicos concentrados, primero, en el salvamento empresarial durante 2020-2021 y, posteriormente, en la reconstrucción/transformación competitiva desde 2021. La cuantificación de los importes responde tanto a los fondos a dedicar por el Gobierno de España de los PGE, como del dinero que previsiblemente aportará la UE derivados del Plan de Reconstrucción y para el que el sector turístico español debiera tener una propuesta concreta de uso de los mismos. A continuación se especifican dichos fondos por partidas y objetivos:

## Primera aproximación al presupuesto del programa operativo del PLAN RENACER TURISMO

2020



2024



Mínimo de  
**27.162 mlls €**  
 en 5 años 2020-2024

	<u>Gasto corriente y de capital</u>	<u>Préstamos</u>	<u>TOTAL</u>	<u>Fuentes de financiación</u>
Fase salvamento/ reactivación 2020-21	7.351 mlls €	5.000 mlls €	12.351 mlls €	Fondos Europeos de reconstrucción: (Plan Marshal, MEADE, SURE, etc). Ministerio de Turismo Ministerio de Fomento
Fase reconstrucción/ transformación 2021-2024	10.011 mlls €	4.800 mlls €	14.811 mlls €	Ministerio de Empleo Ministerio de Economía Ministerio de Transición Ecológica Ministerio de Seg. Social
<b>TOTAL PLAN RENACER TURISMO</b>	<b>17.362 mlls €</b>	<b>9.800 mlls €</b>	<b>27.162 mlls €</b>	Fondos del Sector Privado

# 5. VEINTE OBJETIVOS/ RESULTADOS DESEABLES PARA LOGRAR UN NUEVO SECTOR TURÍSTICO MAS SOSTENIBLE: 2020-2030 34

20 resultados vinculados a la transformación del sector, acordes a las políticas y recursos presupuestarios requeridos al Gobierno

## Impacto socio económico

- € 1. Incremento medio anual +3,0% PIB Turístico (6.000 millones medio anual) por mayor valor/gasto añadido y no tanto por mayor afluencia
- 2. Incremento medio de la estancia media anual : un 1% en el número de pernoctaciones
- 3. Incremento medio anual del 2% del gasto medio diario en España
- 4. Aumento del 4% anual de la inversión privada en renovación
- 5. Reducción de 1 punto anual de la estacionalidad

## Políticas laborales y de RRHH

- 6. Creación de 55 mil puestos de trabajo anuales (+2,0%)
- 7. Reducción anual de 0,5 pp en el porcentaje de contratos temporales
- 8. Aumento medio anual del +2,0% salario por hora trabajada
- 9. Aumento medio del 2,0% anual de la inversión en formación

## Posicionamiento de mercado

- 10. Mejora media anual del 0,2 p.p. de la satisfacción de los turistas
- 11. Incremento anual del 0,2 p.p. de los índices de repetición
- 12. Aumento de 1 punto anual de la penetración en segmentos de turistas de mayor gasto en mercados tradicionales y de larga distancia

## Reconocimiento social

- 13. Mejora 0,5 pp media anual índices de satisfacción ciudadana de la actividad turística
- 14. Mejora 0,5 pp media anual índices de reputación turismo entre la ciudadanía
- 15. Incremento medio anual del 5% de la inversión empresarial en acciones de responsabilidad social

## Huella Climática (alineados a los retos del Plan de Cambio Climático y Economía Circular)

- 16. Reducción en 2030 del 40% de emisiones de gases de efecto invernadero producidos por el turismo español respecto al nivel de 1990
- 17. Garantizar un 27% de consumo en energías renovables del total del consumo de energía en 2030 del sector turístico.
- 18. Reducir un 27% el consumo de energía por avances en eficiencia energética a 2030.

## Economía circular

- 19. Reducir en 2030 la generación de residuos un 15 % respecto de lo generado en 2010
- 20. Reducción a 2030 del 30 % el consumo de materiales en relación con la actividad, en relación a 2010 y un 10 % en el consumo de agua



## **Empresas socias de Exceltur:**

AIR NOSTRUM  
AMADEUS  
AMERICAN EXPRESS  
BALEARIA  
BINTER CANARIAS  
EUROP ASSISTANCE  
EUROPCAR  
FACEBOOK  
FUERTE HOTELES  
GLOBALIA  
ATOM HOTELES SOCIMI GMA  
GOOGLE ESPAÑA  
GRUPO HOSPITEN  
GRUPO INVERSOR HESPERIA  
GRUPO LOPESAN  
GRUPO PIÑERO

HERTZ ESPAÑA  
HIP  
HOTELBEDS  
HOTELES SERVIGROUP  
IBERIA LAE  
JUMBO TOURS  
LOGITRAVEL  
LORO PARQUE  
MELIA HOTELS INTERNATIONAL  
NH HOTEL GROUP  
PALLADIUM HOTEL GROUP  
RENFE  
RIU HOTELS & RESORTS  
SELENTA GROUP  
SENATOR HOTEL & RESORTS  
VALENTIN HOTEL GROU

Antonio Maura 16, 4º izq.  
28014 Madrid  
Tel. 91 5237600  
E mail: [exceltur@exceltur.org](mailto:exceltur@exceltur.org)  
[www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

