

Por un PERTE para liderar el reposicionamiento del turismo vacacional del siglo XXI

*Estrategia para la regeneración de la propuesta de valor
de los destinos turísticos españoles del mediterráneo y
las islas*

El futuro de la actividad turística en España pasa por garantizar la máxima supervivencia empresarial a corto plazo, agilizando la vacunación y dando apoyo financiero con ayudas directas a las empresas solventes. Superado este reto, el futuro del sector turístico español depende de su capacidad de articular una estrategia a largo plazo acorde con los retos del Siglo XXI, como la que defiende este documento



Abril de 2021




El turismo del litoral mediterráneo y las islas, eje estratégico para impulsar un cambio en el modelo turístico español

El **turismo** se erige como uno de los sectores con **mayores perspectivas de crecimiento** en el futuro dentro de la sociedad del ocio. **España** se sitúa en un **lugar privilegiado** para aprovecharse de la consolidación de los viajes en las aspiraciones humanas y hacer de nuevo del turismo un motor de crecimiento económico, como lo ha sido a lo largo de toda su historia. Ello exige un **cambio de paradigma** en el **modelo de desarrollo turístico**, centrándose en **mejorar su aportación de valor a la sociedad**, por un mayor gasto de los visitantes frente al mero crecimiento en volumen de llegadas, reduciendo su impacto ambiental y mejorando sus niveles de rentabilidad empresarial, calidad del empleo y reconocimiento social.

Maximizar las oportunidades de este reto implica **centrar los esfuerzos** en la **revalorización de la actividad turística del litoral mediterráneo y las Islas**, por su condición de territorio que ha liderado el desarrollo turístico en España y concentra todavía hoy el mayor volumen de oferta y demanda, impacto económico y empleo turístico, a la vez que se localizan los principales desequilibrios ambientales y sociales. Desde esta constatación, un **gran plan-país** por la **renovación integral de esta franja estratégica del sistema territorial y económico español**, como la que defiende este documento, se erige como la **mejor apuesta** para **impulsar el refuerzo competitivo del sector turístico español** y sus modelos de gestión para **alinearlo** con los **objetivos globales** que persigue el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNRTR) y el programa Next Generation EU (NGEU).

En definitiva, es en esta franja territorial donde se identifican las mayores oportunidades turísticas de aportar a los objetivos de resiliencia y transformación a largo plazo del sistema económico español. Trabajando en turismo plantearse alternativas, como conseguir objetivos similares en territorios de interior no es ni posible financieramente, ni rentable, económica, social y ambientalmente.

Ello es debido a que este territorio estratégico para España:

-  Genera el mayor volumen de actividad económica y empleo turístico: 108.000 millones de euros (8,5% de la economía española y el 70,5% de todo el PIB turístico) y 1,6 millones de puestos de trabajo (8,8% del empleo en España y el 62% del empleo turístico) se generaron en 2019 en las CC.AA. del litoral mediterráneo y las islas.
-  Aglutina los territorios con mayores retos de adaptación de su propuesta de valor a los turistas por su condición de destinos pioneros, desarrollados en los años 60, donde se hace más urgente la inversión en la renovación de su oferta, a la vez que más productiva su consecución, si se mejora su propuesta de valor y se orienta hacia los turistas de mayor contribución económica y sensibilidad ambiental.
-  Concentra el mayor Know-how, talento e iniciativa empresarial, con la mayor localización de compañías turísticas y de otros subsectores de la cadena de valor de mayor tamaño, con capacidad para invertir y liderar el cambio, arrastrando a un extenso tejido de pymes. Muchas de estas grandes empresas tractoras son ya referentes internacionales, comprometidos con la renovación de sus instalaciones de alojamiento en España (Meliá, Palladium, Riu, Iberostar), sus flotas de vehículos, como las empresas de alquiler, y sus diferentes propuestas, en el resto subsectores de la cadena de valor turística (restauración, comercio, ocio, cultura, deporte...).

- El turismo junto con los servicios avanzados se erige como la casi única alternativa económica, por las barreras logísticas para la localización de actividades industriales, especialmente relevantes en los territorios insulares.
- Se alinea con las preferencias y motivaciones de los turistas de los mercados más próximos y con un mayor nivel de fidelidad, centrados en el disfrute de experiencias lúdicas, en un buen clima y un entorno costero, que van a seguir dominando los mercados en las próximas décadas (según el “Estudio de posicionamiento de España como destino turístico” realizado por el Real Instituto Elcano y Turespaña en diciembre de 2020, “el producto de sol y playa destaca como elemento diferenciador y característico de España y sigue siendo el mayor reclamo para los turistas internacionales”).
- Supone la mayor concentración de población residente y flotante en temporada alta, asimilable a muchas ciudades medias españolas, sobre la que se puede producir un mayor avance y capacidad e impacto en términos de los objetivos globales de la agenda 2030 y el programa de Resiliencia y otras estrategias transversales del Gobierno de España (Cambio Climático y Energía Limpia, Economía Circular, Competencias Digitales, Emprendimiento).
- Se identifican los mayores riesgos e impactos derivados del cambio climático y se localizan los ecosistemas más vulnerables.
- Un territorio que además de ser estratégico ha sido el más afectado por la pandemia, tanto en términos de empleo como de número de empresas impactadas.

Objetivo del PERTE Turístico: Renovar la oferta integral de servicios turísticos del litoral para reposicionar la gama de experiencias con las que atraer una variedad de visitantes de mayor contribución económica, social y ambiental

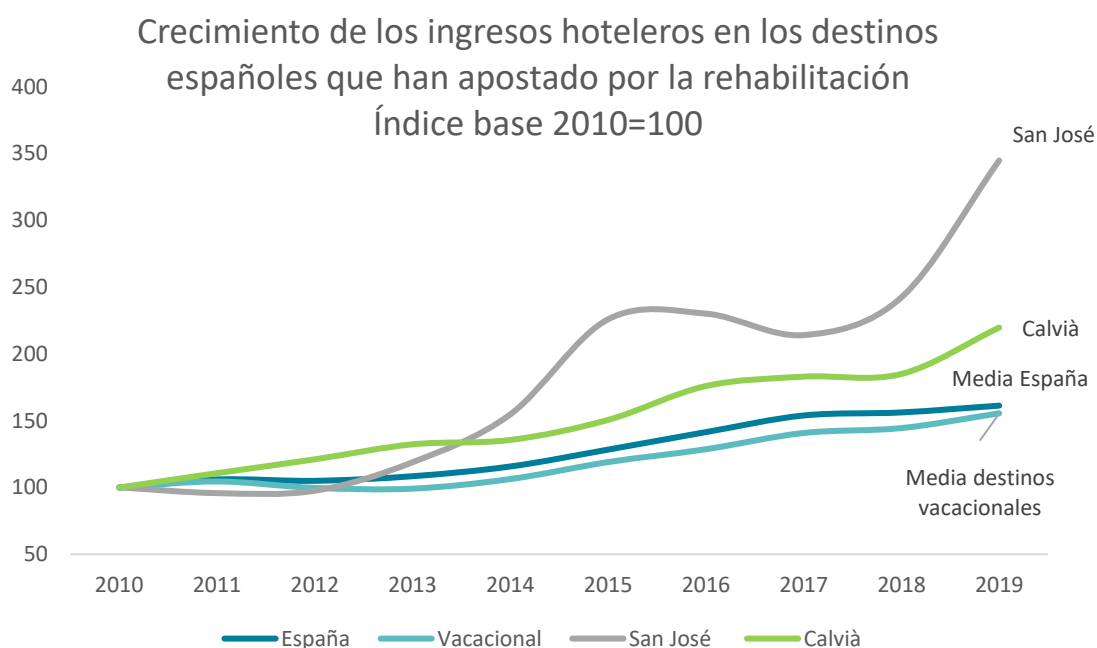
El objetivo del PERTE centrado en el turismo se plantea en términos de poner en marcha un **nuevo paradigma de trabajo en el litoral mediterráneo** y las islas basado en la **renovación de su propuesta lúdica de valor**, con la que generar **experiencias turísticas de mayor valor añadido en espacios de alta calidad de vida, que incrementen la rentabilidad de sus empresas**. Su desarrollo permitiría **atraer, retener y fidelizar a los perfiles de turistas que dejen mayores ingresos y efectos multiplicadores**, por su mayor gasto, estancias más largas y extendidas de forma más equilibrada en el tiempo, con un efecto directo sobre **un mayor y mejor empleo y con contratos de mayor estabilidad**.

Ello implica asumir la cultura de la **renovación integral de lo construido, frente a la lógica de promoción inmobiliaria de nuevas plazas** (tanto residencial como turística) que ha primado en el pasado. A través de esta estrategia de inversión en renovación de lo edificado y el rediseño de los sistemas de movilidad, se avanzaría paralelamente en la gradual descarbonización de las actividades turísticas, la recuperación de la biodiversidad y la paulatina adaptación a los retos del cambio climático.

Su efecto no se limitaría exclusivamente a las actividades directamente en contacto con los turistas debido a la capacidad multiplicadora del sector turístico sobre otros sectores. La agricultura y ganadería de proximidad al albur de la apuesta por la economía circular, el propio sector de la construcción especializada en la rehabilitación alineada con el objetivo de la revalorización, el clúster energético enfocado en el avance en la descarbonización y las empresas de tecnologías aplicadas a la gestión del destino y la integración de la cadena de valor turística serían algunas de las actividades beneficiadas.

Así mismo, y de forma indirecta, la apuesta por espacios de alta calidad de vida debería facilitar un mayor aprovechamiento del parque residencial ya construido, a través de las oportunidades de la deslocalización laboral de profesionales de alto valor añadido y la eventual localización de empresas de servicios avanzados y profesionales liberales.

Los escasos ejemplos donde se ha llevado a cabo iniciativas en esta línea lideradas por el sector privado, tanto en España (Magaluf en Mallorca y Playa d'en Bossa en Ibiza) como en otras partes del mundo (South Beach en Miami) han demostrado su extraordinaria capacidad transformadora consiguiendo resultados exponenciales en los parámetros definidos. En el caso español, las inversiones en los hoteles de la Playa d'en Bossa localizados en el municipio de San José en Ibiza permitió pasar de un ingreso por habitación disponible de 52,4€ en 2010, ostentando la posición 13 de los municipios vacacionales españoles, al primer puesto en 2019, con 180,8€, con una multiplicación por cuatro del empleo. En la misma línea, los ingresos en Calvià (Mallorca) ascendieron de los 43,7€ en 2010 a los 96€ e 2019, en gran parte debido a la reconversión de una parte de los hoteles de la zona de Magaluf.



Fuente: Indicadores de Rentabilidad Hotelera del INE

Afrontar el incremento de la propuesta de valor de los destinos turísticos del litoral supone centrarse en los 15 destinos de mayor relevancia, que representan el 40% de toda la oferta turística española.

La aplicación de esta **nueva cultura de trabajo** en el litoral mediterráneo y las islas debe ser **selectiva**. Tratar de abarcar su totalidad a corto plazo no solo no es posible, ni recomendable, además de ir en contra de la propia filosofía de los PERTE. El **peor escenario** de utilización de los **recursos** dedicados a este objetivo sería **dispersar su distribución entre muchos destinos**, lo que provocaría una **escasa capacidad de transformación agregada y alcance de los objetivos enunciados**.

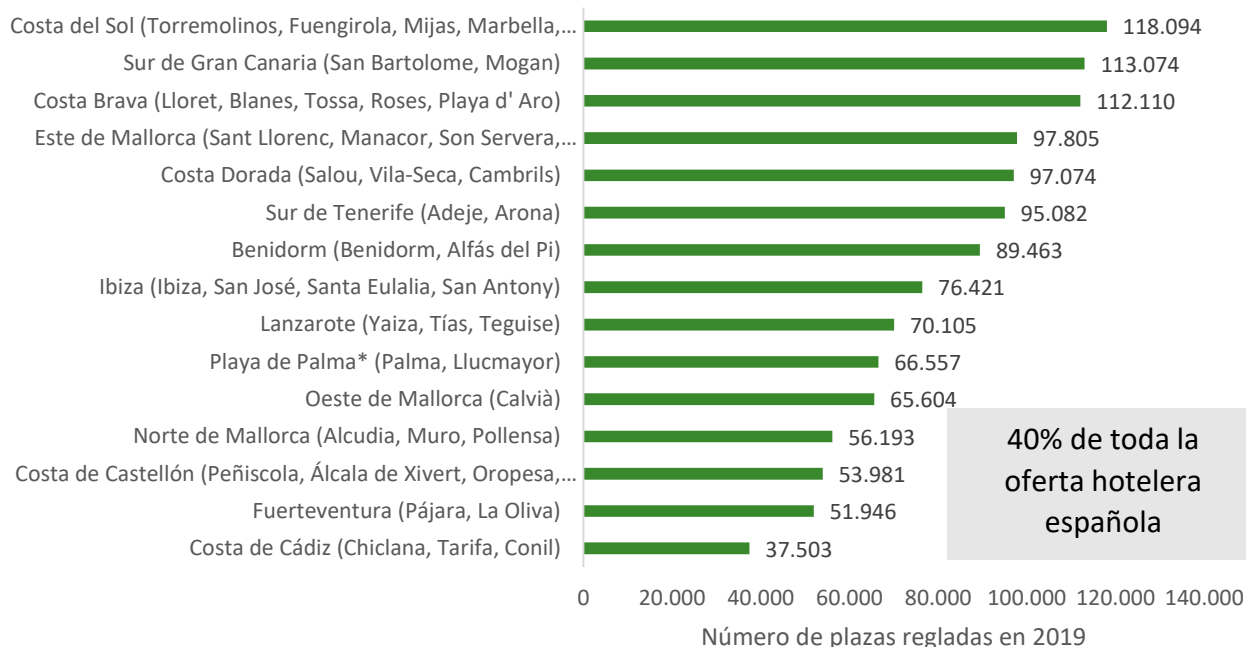
Lo oportuno es centrarse en un **número limitado** de **destinos** con los rasgos necesarios para maximizar los efectos perseguidos y ejercer de efecto demostración para el resto. Sólo un número limitado dispone del tamaño, concentración de tejido empresarial, empleo, capacidad de arrastre, vulnerabilidad y representación político-territorial para hacerlo posible. El éxito de este proyecto país dependerá de que estos destinos elegidos:

- 1. Cuenten con un elevado número de visitantes y turistas, tanto extranjeros como españoles, que permita que su renovación integral tenga un amplio impacto socioeconómico, a la vez que una rápida traslación a los mercados y a la imagen de España en el producto de mayor reconocimiento internacional en el ámbito turístico, como es el mal denominado “Sol y playa”.
- 2. Dispongan de una lógica (continuidad) territorial que les confiera una identidad turística y una marca consolidada en el mercado reconocida por los turistas.
- 3. Se constate una alta presencia empresarial y de empleo turístico, como agentes necesarios para impulsar la renovación de sus instalaciones y servicios, la digitalización de sus procesos, la reducción de su huella de carbono y maximizar la productividad invertida en la renovación de los espacios urbanos y la propia gestión del destino. En los destinos donde no se identifican clusters lúdicos de esta naturaleza se reduce notablemente sus probabilidades de éxito y el impacto final de los recursos públicos comprometidos. Ello es debido a que su condición de meros lugares de veraneo con predominio de segundas residencias, de uso estacional y de escasos efectos económicos y de empleo, limita la existencia de una base empresarial estructurada con capacidad financiera y de acción para afrontar la renovación.
- 4. Se localice una destacada presencia de infraestructuras de comunicación y acceso sobre las que ganar en eficiencia a través de inversiones en su aprovechamiento intermodal, se identifiquen carencias en infraestructuras básicas sobre las que invertir (red de saneamiento y depuración del agua, sistemas de gestión integral de residuos) y ecosistemas en riesgo.

15 destinos
PERTE

Una posible propuesta de 15 municipios candidatos sujeta a discusión, que responden a estos criterios abarcaría los siguientes destinos. Para valorar la magnitud de la capacidad de transformación, cabe apuntar que la suma de todos ellos concentra el 40% de toda la oferta turística hotelera española.

15 posibles destinos objetivo del PERTE por la revalorización del turismo vacacional español



* En el caso de la Playa de Palma están incluidas las alrededor de 10 mil plazas situadas en la ciudad de Palma

Fuente: Encuesta de Ocupación del INE

Dotación financiera
ambiciosa
15.000 millones
euros PERTE

Movilización de
37.500 millones de
euros de inversión
privada

La actuación en estos destinos requiere de una dotación financiera ambiciosa. Con la dificultad de ser precisos en función de los programas y las actuaciones a financiar por el PNRTR, el PERTE para liderar el turismo vacacional del siglo XXI debiera contar con una financiación para el periodo de planificación 2021-2023 de 15.000 millones de euros, recogiendo el conjunto de actuaciones que se exponen a continuación. La inversión de estos recursos públicos, debiera movilizar al menos una inversión privada de 37.500 millones de euros adicionales en este periodo (2,5 por cada euro público invertido).

Los fondos Next generation EU y la estructura de los PERTEs, una oportunidad única e irrenunciable

Si se ha asumido que trabajar en la renovación e incremento del valor de los destinos del litoral mediterráneo y las islas es una oportunidad estratégica para España, hay que ser conscientes que **estos territorios no podrán nunca abordar una estrategia de este nivel de ambición sin los fondos NGEU y la estructura de gobernanza y los instrumentos que incorporan los PERTEs.**

Ello es debido principalmente al **endémico problema de financiación** que sufren sus administraciones locales y que se concreta en una financiación per cápita (residente más flotante turística a la que deben dar respuesta) un 38,7% inferior a la media española (647€ de los destinos de Sol y playa, frente a los 1.055€ de la media de los municipios españoles). Este diferencial afecta, además de a la insuficiente provisión de servicios básicos (policía local, limpieza, recogida de residuos y tratamiento y depuración del agua), sobre todo, a la realización de inversiones en la regeneración de espacios públicos, viales, mobiliario urbano y servicios e instalaciones dotacionales, claves para afrontar su necesario reposicionamiento.

La insuficiencia financiera provoca, a su vez, una **limitada capacidad de gestión administrativa y de atracción de talento para emprender actuaciones de la ambición de las enunciadas**, que hace especialmente **oportuno el uso de la lógica de trabajo e instrumento de los PERTEs**. Dichas limitaciones fueron las barreras que en su día impidieron el éxito de los 4 Planes de renovación de los destinos del Litoral que apoyó el Gobierno español (Playa de Palma, San Bartolomé de Tirajana, la Costa del Sol y el Puerto de la Cruz). Tras estas experiencias, no dotar de un PERTE a los destinos del litoral supondrá muy probablemente prolongar su gradual pérdida de competitividad estructural, su deterioro ambiental y social, de una factura a largo plazo difícilmente asumible por España.

Prioridades de actuación del PERTE para impulsar el cambio de modelo

Hacer posible este proyecto implica necesariamente trabajar de forma paralela en los siguientes ejes, cuyas acciones se esbozan de manera meramente identificativa en las siguientes líneas. Obviamente, su desarrollo requiere de un esfuerzo de generación previa de información y capacidad de poner a trabajar en el proyecto al mejor talento multidisciplinar disponible tanto en España, como a nivel internacional. Desde este planteamiento los bloques de acciones prioritarias a impulsar se concretarían en:

- Diseñar una estrategia clara de posicionamiento turístico por destino para evitar que la reconversión se convierta en un mero plan de embellecimiento o ejecución de proyectos inconexos sin un objetivo ni lógica territorial. A pesar de la urgencia de los plazos de ejecución, es posible, a la vez que imprescindible, dotar a estos destinos de un documento estratégico concreto y plasmado en instrumentos de actuación con su calendario y fuentes de financiación asociadas, con una plasmación de su articulación y lógica territorial sobre el plano de la realidad urbanística del destino, a través de un “master plan”. Junto con el mismo, deberá de crearse un instrumento de gobernanza público-privado, capaz de impulsar la transformación y garantizar una gestión óptima y transparente de los fondos, dotado de las competencias necesarias. Renunciar a este ejercicio de bases puede llegar a afectar al éxito final de las inversiones, por su falta de orientación al posicionamiento de demanda perseguido.
- Implementar una política de rehabilitación/valorización integral de los espacios y las instalaciones turísticas a tres niveles complementarios, siguiendo una lógica de generación de valor territorial:

- ✓ **Rehabilitación de los espacios públicos**, a través de actuaciones de regeneración, esponjamiento, remodelación y creación de zonas verdes y de esparcimiento, incluyendo mejoras de paisaje urbano, peatonalización de viales, recuperación de frentes marítimos, rediseño de accesos exteriores, y otros lugares estratégicos, que aporten valor a las instalaciones empresariales y residenciales localizadas en su entorno.
- ✓ **Rehabilitación privada de las instalaciones turísticas** (hoteles, restaurantes, comercios, oferta de ocio) con problemas de obsolescencia, como vía para la transformación de su oferta de servicios a través de la inversión en instalaciones complementarias y desestacionalizadoras (salas de reuniones, spas, gimnasios, restaurantes, terrazas) y la reducción de su huella de carbono. Su consecución se lograría a través de instrumentos de inversión, pero también de reforma incluyendo modificaciones de legales en ámbitos como el planeamiento, incentivos urbanísticos (mayor edificabilidad, siguiendo la línea de la Ley Balear de turismo de 2012) y fiscales (IBI, Impuesto de Sociedades) y agilización en la tramitación de las licencias, a través de nuevos sistemas digitales.
- ✓ **Rehabilitación privada de las edificaciones residenciales**, a través de propuestas de índole urbanística y fiscal que impulsen la rehabilitación basada en el uso de técnicas y materiales de edificación sostenible, a la vez que les dote de un atractivo urbanístico vinculado a elementos de identidad local o de vanguardia constructiva, para incrementar su atractivo y conseguir un mayor uso del parque residencial vacío en la mayor parte del año.

Puntualmente estas medidas de rehabilitación deberían ir acompañadas por la ***inversión en nuevos iconos lúdicos***, con poder transformador o la puesta en valor de pequeños recursos con capacidad para la diferenciación y diversificación de la oferta y la desestacionalización de la demanda y el alargamiento de la estancia.

○ Aplicar un sistema de accesibilidad y movilidad inteligente y sostenible: que invierta en gaps de accesibilidad (Ejm. Lanzadera a Benidorm, Tren ligero de la Costa del Sol o la Bahía de Palma), aproveche las oportunidades de la intermodalidad y apueste por la transición hacia medios descarbonizados, invirtiendo en una red de puntos de carga eléctrica para favorecer la transformación del coche particular y de alquiler y nuevos sistemas de movilidad calmada en destino (bicicletas, patinetes, motos eléctricas,...), que cada vez más forman parte de la propia experiencia lúdica de los turistas.

○ Implementar una estrategia de adaptación a los impactos derivados del Cambio Climático, la aplicación de los principios de la economía circular y la recuperación de los sistemas naturales. Estas medidas se verían acompañadas por inversiones prioritarias en la mejora de la calidad del ciclo del agua y la reducción de la generación de residuos urbanos y la mejora de su tratamiento, como actuaciones para garantizar la reducción de la huella ambiental en destino.

○ Desarrollar una política de atracción de talento y fomento del emprendimiento: basada en la propia mejora y sofisticación de las propuestas de ocio y la mejora de la calidad de vida derivada de la inversión en renovación de servicios y espacios urbanos, además de en la localización de centros de excelencia en la formación profesional, tanto de actividades turísticas, como de otras disciplinas complementarias, que deben servir de facilitadores transversales del cambio de modelo turístico (*digitalización, inteligencia, edificación sostenible, reciclaje, energías alternativas, artes escénicas, paisajismo, bienestar y excelencia deportiva*).

- Trabajar en el aprovechamiento de las oportunidades digitales y tecnológicas, como driver transversal que aporte valor a los ámbitos descritos, pero con una funcionalidad finalista en:
 - ✓ La identificación, captación y fidelización de segmentos de turistas de mayor contribución socioeconómica y sensibilidad ambiental.
 - ✓ La mejora de la experiencia del turista en destino y su capacidad de interacción digital con proveedores locales.
 - ✓ La mitigación de los efectos de la congestión de los flujos turísticos en el destino y la reducción del impacto sobre las sociedades locales y el medio ambiente.
 - ✓ La integración de la cadena de valor para facilitar la venta de productos turísticos más diferenciados, especialmente en el caso de las pymes a través de la digitalización.
 - ✓ El impulso de una estrategia *“frictionless”* dirigida a facilitar el tránsito del turista por los distintos actores de la cadena de valor, reduciendo la carga de procesos y empezando por el transporte aprovechando las exigencias que va a incorporar la seguridad sanitaria.
 - ✓ La mejora de la gobernanza territorial, a través del avance en las capacidades digitales de los gestores de los destinos.

Gobernanza y lógica de trabajo

La **probabilidad de éxito** de una iniciativa ambiciosa y transformadora de esta naturaleza va a ser **directamente proporcional a la capacidad de orientar las diversas actuaciones propuestas desde una visión país con el mayor liderazgo del Gobierno de España**. A pesar de la obvia necesidad de contar con los gestores municipales y autonómicos con responsabilidades directas sobre ámbitos regulatorios y procesos administrativos claves (el urbanístico es el más importante), trabajar bajo un **sistema de gobernanza cooperativo**, con una unidad central de orientación y gestión localizada en el Gobierno de España, incorpora multitud de ventajas, que van a ser básicas para ir alcanzando los objetivos perseguidos.

Desde este punto de vista, el liderazgo desde una organización superior vinculada al PERTE y a través de una **figura jurídica y una arquitectura institucional con capacidad de aglutinar talento, incorporar a la iniciativa privada** y bajo un sistema más flexible (podría ser una agencia) permitiría:

- Dotar al PERTE del carácter estratégico país que requiere para conseguir las adhesiones territoriales y el presupuesto necesario para llevarla a cabo.
- Alinear las actuaciones de los diversos ministerios involucrados con competencias transversales claves para el éxito de una estrategia como la planteada (necesariamente Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, Transición Ecológica, Asuntos Económicos y Transformación Digital; Hacienda, Educación y Formación Profesional, política Territorial, además del propio de Industria, Comercio y Turismo).
- Atraer el talento multidisciplinar requerido para la puesta en marcha de las estrategias propuestas en los ámbitos de: la transformación urbana, la digitalización, la gestión pública y la eficiencia de procesos.
- Compartir el aprendizaje de las buenas prácticas en la puesta en marcha de las diversas actuaciones de transformación urbana y territorial requeridas, aprovechando los beneficios de trabajo en red.

- Alcanzar economías de escala en la necesidad de implementar acciones conjuntas en ámbitos como: cambios normativos para hacer factibles los proyectos, puesta en marcha de plataformas y compra agregada de tecnología para la gestión de los destinos, iniciativas de digitalización y conexión a comercializados para las pymes, implementación de actuaciones de movilidad (como la eléctrica), asesoramiento en planificación territorial...
- Aglutinar las iniciativas de grandes operadores con intereses en los destinos y capacidad financiera, como actores necesarios para su transformación (cadenas hoteleras, compañías de transporte, empresas de alquiler de coches, operadores de restauración y ocio, promotoras inmobiliarias, fondos de inversión).

Tareas ente gestor del PERTE



Respondiendo a estos objetivos, el ente gestor del PERTE se encargaría funcionalmente al menos de las siguientes tareas:

- ✓ Ejercer de interlocutor frente al resto de instituciones del Estado y las empresas participantes.
- ✓ Ser el instrumento de coordinación, gestión y seguimiento de los diferentes planes de recualificación integral de cada uno de los destinos.
- ✓ Ejecutar las iniciativas agregadas: concursos de ideas, compras de servicios, tecnología, estrategias de comunicación a los mercados.
- ✓ Promover y gestionar la plataforma de intercambio de información y buenas prácticas entre los destinos.
- ✓ Generar la información y conocimiento necesarios para mejorar la toma de decisiones públicas y privadas impulsando estudios de mercado sobre la demanda deseada, analizando el impacto potencial de las opciones de inversión por productos, los niveles de saturación de los recursos y de la satisfacción de los turistas y la población residente.
- ✓ Desarrollar los indicadores para realizar el seguimiento de las acciones y programas propuestos, de cara a su traslación a los órganos de evaluación del Ministerio de Asuntos Económicos y la Unión Europea.
- ✓ Elaborar y desarrollar las herramientas e instrumentos normativos requeridos para las intervenciones territoriales, urbanísticas, medioambientales y sociales.
- ✓ Diseñar y organizar acciones de sensibilización y comunicación, foros, jornadas, congresos y participación en encuentros internacionales, para dar a conocer la nueva estrategia de España y contribuir al reposicionamiento de la imagen de nuestros destinos de litoral

Objetivos/Resultados económicos, sociales y ambientales

20 resultados
vinculados

La capacidad de generación de valor de una operación país como la planteada hace que **los resultados a 10 años sean extraordinarios**. Una mera simulación de lo que se podría conseguir apunta grandes logros en las esferas económica, social y ambiental, alineada con la Agenda 2030. A pesar de ello, es necesario constatar que diez años debe ser un plazo intermedio y que los objetivos deben enfocarse a un contexto de los grandes retos globales a 2050. En este contexto los objetivos a alcanzar se concretan en:



MEJORA DE LOS INGRESOS SIN INCREMENTO DE PLAZAS

1. Incremento medio anual **+9,6%** del **PIB Turístico** en estos 15 destinos (**7.816 millones medio anual**) por la inversión en mejora de la oferta y el mayor valor añadido inducido en gasto y no por mayor afluencia.
2. Aumento de la **estancia media anual**: un **+2,5%** en el **número de pernотaciones**.
3. Incremento **medio anual** del **+2,5%** del **gasto medio diario** en los 15 destinos
4. Aumento de **3.750 millones de euros anuales de la inversión privada** en renovación acompañando a una inversión pública media anual de 1.750, **17.500 millones de euros en 10 años** (PERTE 15.000 en tres primeros años + inversión posterior de 2.500 del nuevo Marco de Apoyo Comunitario).
5. **Reducción de 1 punto anual de la estacionalidad**, por la extensión de la temporada y la llegada de visitantes en los meses de temporada media y baja.



MEJORA DEL EMPLEO Y LAS CONDICIONES LABORALES

6. Creación de **131 mil puestos de trabajo adicionales anuales (+10,7%)** en los 15 destinos contemplados.
7. **Reducción anual de 0,5 p.p.** en el **porcentaje de contratos temporales**.
8. Aumento medio anual del **+2,0% salario por hora trabajada** ligado a mejores productos.
9. Aumento medio del **+2,0% anual de la inversión en formación**.



MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DE MERCADO

10. Aumento medio anual de **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**.



RECONOCIMIENTO SOCIAL

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



HUELLA CLIMÁTICA 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** de las actividades turísticas.
18. **Alcanzar un 20% de desplazamientos electrificados a 2030**.
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, respecto a 2010 y un **10 % en el consumo de agua**.

Por un PERTE para liderar
el reposicionamiento del
turismo vacacional del
siglo XXI

Abril de 2021