



III CUMBRE DEL TURISMO ESPAÑOL “LIDERANDO EL FUTURO”

**Conclusiones que presenta el CONSEJO DE TURISMO de CEOE al
Ministerio de Industria, Energía y Turismo y a las Administraciones
Públicas Territoriales**

Madrid, 26 de abril de 2012

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

España ocupa una posición de liderazgo en el ranking mundial de destinos turísticos, tanto en términos de llegada de visitantes como en ingresos generados por esta actividad. Es por ello que este sector constituye un pilar básico de la economía española, no sólo por la actividad y el empleo que genera, sino porque los ingresos procedentes del exterior ayudan a contener el desequilibrio de la balanza exterior por cuenta corriente. Así, el superávit de la balanza turística alcanzó en 2010 un 2,6% del PIB, que aumentó hasta el 2,9% en 2011.

En términos de PIB, el turismo aporta más del 11% y emplea a unos 2 millones de personas, es decir, algo más del 11% del total de ocupación.

La actividad turística en España mostró un notable dinamismo en 2011, siendo uno de los sectores que más está contribuyendo a la recuperación de la economía española y a la creación de empleo.

El Turismo está demostrando desde 2010 su capacidad para contrarrestar los efectos de la crisis, muy por encima de cualquier otro sector a corto-medio plazo.

La nueva legislatura abre una nueva oportunidad de impulsar desde el Gobierno de la nación un nuevo ciclo de liderazgo turístico español, priorizando nuevas políticas y buscando las máximas sinergias que afronten el reto de consolidar una nueva y más sólida posición competitiva diferencial, con la mayor racionalización y optimización de unos recursos públicos y privados escasos. Hay que hacer más con menos.

Hay pocas actividades en la actualidad que aúnen como las turísticas: elevada presencia en la estructura económica del país, importante fuente de ingresos en divisas del exterior por su vocación exportadora, intensidad en la creación de empleo por su gran dependencia de recursos humanos, amplia extensión territorial y, gracias a ella, palanca de equilibrio territorial con una notable capacidad de arrastre de otros sectores productivos. Para poder desempeñar este papel, el turismo español ha de

reposicionarse y ser capaz de gestionar y proporcionar experiencias vitales diferenciales a sus visitantes, aunando esfuerzos públicos y privados, con la mejor complicitad y acogida ciudadana.

Las empresas del sector turístico han venido esforzándose, permanentemente, en mantener y acrecentar su competitividad ampliando y mejorando la calidad de su oferta, controlando costes y precios, mejorando su eficiencia energética y la sostenibilidad de los recursos naturales, formando su personal y reforzando su presencia internacional.

La crisis financiera internacional y sus consecuencias en forma de dos recesiones económicas en países europeos ha golpeado duramente al tejido empresarial en España, así como al empleo. La evolución de la actividad económica general y la restricción financiera en la zona euro han estrechado los márgenes económicos de las empresas, también de las empresas turísticas, y han agotado sus recursos financieros tras seis años de crisis.

En un mundo globalizado que somete a las economías a una competencia como no se había conocido, no sólo compiten las empresas sino que también compiten los marcos institucionales nacionales en los que éstas desarrollan sus actividades. Los sistemas fiscales, la mejor regulación legislativa y la eficacia de las Administraciones Públicas facilitan o por el contrario pueden resultar un obstáculo al desarrollo de las actividades empresariales y de los negocios.

Desde la convicción que el sector turístico español se encuentra ante uno de sus mayores desafíos de competitividad que condiciona su futuro y el de su contribución a la salida de la crisis de la economía española, el Gobierno con una gestión más coordinada y comprometida con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, así como en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales, podrá afrontar con éxito la recuperación del liderazgo mundial del turismo español.

Para ello, las organizaciones empresariales y el Consejo de Turismo de la CEOE presentan al Gobierno y a las Administraciones Públicas las siguientes propuestas, fruto del análisis y del consenso de estas organizaciones sobre la situación actual del turismo mundial y europeo y las condiciones de nuestro entorno institucional y de nuestra oferta turística.

PROPUESTAS DE CARÁCTER GENERAL

1. Comisión Interministerial y nueva gobernanza de gestión

El sector turístico se ve afectado por una pluralidad de iniciativas legislativas de carácter transversal que exceden del ámbito estrictamente turístico y que pueden incidir negativamente en el buen quehacer de las empresas turísticas. Por ello, la **Comisión Interministerial debe asegurar la puesta en común y coordinación de las actuaciones llevadas a cabo por los diferentes Ministerios**, a fin de que se evalúe la conveniencia y repercusión de las mismas en el sector turístico.

Se precisa asimismo una **nueva gobernanza de gestión** que cuente con organismos público-privados que aseguren la cogestión de los mismos por parte del sector privado -entre los que deben contarse TURESPAÑA y el IET-, así como extender estas nuevas fórmulas a los entes de las Comunidades Autónomas responsables en materia de Turismo.

2. IVA aplicable

Diversas actividades turísticas españolas de alojamiento, restauración, transporte, cultura y ocio se encuentran sujetas al tipo reducido del IVA (8%) -tras el incremento de un punto porcentual desde el 1 de julio de 2010-, lo que hasta ahora había supuesto para España un factor diferencial de competitividad.

En estos momentos de difícil coyuntura económica, España no puede perder su competitividad y posición dentro del Turismo mundial. Para ello, es preciso lograr un mayor avance mediante la reducción del tipo impositivo del IVA aplicable a las actividades turísticas con la **creación de un nuevo tipo reducido del 5%, siempre y cuando no sea factible el tipo superreducido del 4%.**

Asimismo, **se precisa que el valor añadido por las agencias de viajes a los servicios turísticos (paquetes) vendidos por las mismas, tribute al mismo tipo reducido que se aplica a tales servicios** (transporte y alojamiento, fundamentalmente) cuando los mismos son vendidos directamente a los consumidores finales por las empresas de transporte y las empresas hoteleras. De no ser así, se deja fuera de competencia al sector de intermediación comercial.

Igualmente, **se solicita la aplicación de un tipo de IVA reducido –no el general- a las cuotas de inscripción a congresos, jornadas y similares de carácter profesional** para que queden equiparados al IVA reducido que se aplica a las entradas de cine, animaciones, etc.

Finalmente, la importancia del alquiler de vehículos dentro de la oferta turística -por nadie cuestionada-, no se ha visto hasta el momento acompañada de su reconocimiento como actividad turística, lo que entraña la no aplicación del IVA reducido que caracteriza esta actividad. Es preciso, por tanto, el **reconocimiento pleno del alquiler de vehículos como actividad turística y, como consecuencia, se le aplique el tipo de IVA que se fije para la misma.**

En todo caso, se requiere que Europa mantenga una fiscalidad baja en las actividades turísticas si quiere mantener su competitividad frente a otros destinos competidores.

3. Modificaciones normativas

Con carácter prioritario, se requiere la modificación y/o regulación de la normativa siguiente:

a) **Ley de Propiedad intelectual:** La actual situación en materia de protección de derechos de propiedad intelectual -caracterizada por su confusión y enorme complejidad- supone un claro perjuicio para los intereses empresariales. Se requiere una modificación de la normativa que clarifique la referida situación, racionalice la forma de fijación de precios y su pago, establezca una ventanilla única con limitación de cantidad, y defina el repertorio, evitando necesariamente tener que lograr acuerdos

con las distintas entidades encargadas de la defensa, representación y gestión de los diversos derechos de propiedad intelectual, eliminado asimismo la posición de dominio ostentada por estas entidades. A estos efectos, debería tomarse en consideración el Informe elaborado por la Comisión Nacional de la Competencia.

b) **Ley de Costas:** La actual Ley de Costas está produciendo serios perjuicios a la actividad turística e industrial existente, sin garantizar la seguridad jurídica que debe imperar en la actividad empresarial y no empresarial. La normativa debe permitir una mayor flexibilidad en aquellos casos de fuerte ocupación turística, o en casos de playas urbanas con alto índice de urbanización que permita una utilización más racional desde el punto de vista turístico, haciéndose compatible con el mantenimiento del recurso natural.

c) **Ley de Huelga:** El Turismo y las diferentes actividades que engloba –entre ellas, el transporte- debe preservar su buen funcionamiento en todo momento. A estos efectos, se precisa de una auténtica regulación del derecho de huelga, que contemple aspectos tales como su procedimiento de convocatoria, la limitación de las actuaciones llevadas a cabo por los piquetes, la fijación de los servicios mínimos, su mantenimiento, las consecuencias por incumplimientos, etc.

d) **Ley de Arrendamientos Urbanos:** Se precisa una modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos a fin de que se proceda a la persecución y control de la oferta ilegal.

4. Homogeneización de la normativa turística

Sin perjuicio de la actual transferencia de competencias en materia turística a las Comunidades Autónomas, **una mayor homogeneización normativa de la legislación turística -en aras a evitar contenidos contradictorios- se hace necesaria.**

La profusión, complejidad y disparidad de normas de carácter estatal y autonómico condicionan la actividad empresarial por su incremento de costes, provocando importantes distorsiones en el mercado, no sólo en detrimento del sector privado, sino

también de los consumidores y usuarios en general. Por ello, debe avanzarse hacia una **mayor unidad de mercado**.

5. La reforma de la negociación colectiva y del mercado de trabajo

Una adecuada reforma de la negociación colectiva y del mercado de trabajo es fundamental para la recuperación de la economía española en general, y de la actividad turística en particular.

En especial, en el campo de la **flexibilidad interna, la reducción de absentismo y la equiparación de los costes de despido** con el promedio de la Comunidad Europea.

Igualmente, es necesario simplificar las modalidades de contrato laboral, la mejora de la regulación y el **fomento del empleo a tiempo parcial**, eliminando los aspectos negativos que actualmente lo perjudican y estigmatizan.

6. Transporte

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

7. Visados

Si bien la tramitación de los visados ha mejorado con carácter general en los últimos años, se requiere una mayor **simplificación, agilización e inmediatez** en su gestión, así como una mayor **duración** de los visados en determinados países. Por otro lado, es necesario aumentar los recursos consulares para la tramitación de visados, dado el alto índice de ingresos que este servicio genera al Estado.

8. Calidad de la oferta

La calidad de nuestro turismo debe, como mínimo, mantenerse si España desea conservar su liderazgo en el ranking mundial de destinos turísticos.

Consecuentemente, tanto la calidad de nuestras playas como la seguridad y modernización de nuestras infraestructuras (viarias, de medioambiente, de telecomunicación...), instalaciones y destinos deviene **fundamental**.

A estos efectos, se precisa la continuación e implementación del **Plan Turismo Litoral Siglo XXI**, así como su extensión a las zonas de interior.

Igualmente es necesario en materia de calidad turística continuar con el apoyo a la implantación y certificación de sistemas de calidad bajo la **marca "Q"**, y apoyar la evolución del sistema de calidad turística española hacia el concepto de calidad percibida.

9. Promoción

La promoción interna y externa dirigida a objetivos tales como la **desestacionalización** de la demanda, la **captación de clientes** de nuevos mercados emisores, los nuevos segmentos de la demanda, y la **consolidación** de mercados tradicionales, se considera fundamental.

Razones de eficacia y de economía de esfuerzos aconsejan una activa política de **cooperación entre todas las Administraciones Públicas, en coordinación con el sector privado**, para presentar la mejor promoción y comercialización del mercado turístico español.

Debe apoyarse la creación de **organismos de promoción público-privados**, la promoción de TURESPAÑA debe efectuarse en base a criterios empresariales, y debe contarse con el apoyo de las Oficinas de Turismo Españolas en el Extranjero (OET).

Asimismo, se requiere un **esfuerzo** para la diversificación de los productos turísticos, su segmentación y el desarrollo de productos de más valor diferencial y competitivo, como son el turismo ligado al deporte, la gastronomía, la cultura o el ocio, entre otros.

10. Intrusismo

Eliminar el intrusismo empresarial y el profesional, impidiendo de manera firme el ejercicio de actividades empresariales o profesionales que no se ajusten a la legalidad, a las exigencias fiscales o a las garantías de preparación técnica especializada.

Se debe solucionar de forma definitiva el problema de la existencia de miles de plazas de **alojamiento turístico ilegales**, que no cumplen, en la mayoría de los casos, las exigencias técnicas necesarias para un correcto alojamiento, y en ningún caso, las obligaciones fiscales.

11. Formación

La formación es el principal medio para mejorar la competitividad de las empresas y la empleabilidad de la población ocupada, por lo que deberían establecerse las siguientes prioridades:

a) Mejorar el sistema actual de Formación Profesional para el Empleo:

Favorecer que la cuota de formación profesional de carácter finalista, que proviene de las cuotas de empresas y trabajadores, sirva al objetivo principal de mejorar la competitividad de las empresas y la empleabilidad de los trabajadores, gestionándose con equidad, transparencia y agilidad.

Impulsar la formación profesional de Demanda entre las pymes y negocios familiares, adaptando los criterios de aplicación a sus necesidades, dado su reducido tamaño y dispersión geográfica.

b) Avanzar en la consolidación del sistema educativo basado en las competencias profesionales, adecuándolas a las necesidades de los sectores productivos y favoreciendo la combinación del aprendizaje simulado en el aula con la formación real en la empresa.

12. Prospecciones petrolíferas

La concesión de licencias para prospecciones petrolíferas en el mar Mediterráneo (desde el tramo del Golfo de Valencia hasta la isla Conejera de Ibiza) supone un

motivo de preocupación para el sector turístico español, máxime si se procede a la utilización de la tecnología “**fracking**” empleada en EEUU, que provocaría efectos demoledores en el Mediterráneo.

13. La política turística

La política turística debe tomar en consideración la **rentabilidad económica del turista** más que el número de turistas que llegan a nuestro país, no precisándose un incremento de capacidad sino una mejor rentabilidad de la existente, valorándose adecuadamente el perfil del turista que nos visita.

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

PROPUESTAS DE CARÁCTER SECTORIAL

Sin perjuicio de las propuestas contenidas en el epígrafe anterior, seguidamente se contienen propuestas de carácter sectorial, específicamente referidas a las actuaciones de: 1) Hotelería; 2) Restauración; 3) Agencias de viajes; 4) Transporte aéreo; 5) Ocio; 6) Congresos y Reuniones; y 7) Transporte turístico.

1. Hotelería

Fiscalidad. Se precisa la ampliación de la libertad de amortización, el diferimiento por reinversión en modernización de hoteles, la creación de exenciones para las empresas de alojamiento por creación de empleo o medidas a favor del alargamiento de la temporada y la deducción por inversión en I+D+i.

Financiación. Se requiere, a través del ICO, la creación de líneas especiales para el sector hotelero y de balnearios, en línea similar al Plan Renove.

Turismo Social. Modificación de las dotaciones previstas en el programa IMSERSO 2012/2013 en el proyecto de Presupuestos Generales aprobado el 30 de marzo 2012 y consolidación del Programa de Turismo Social Europeo.

Unificación normativa. Es necesaria la unificación de la normativa sobre sanidad alimentaria, piscinas, incendios, clasificación hotelera, requisitos apertura, ruido, medioambiente, energía y agua, residuos... y todos aquellos relacionados con la actividad diaria que no tenga componente político.

Seguridad del Estado. Se requiere un incremento de la seguridad en las zonas turísticas.

Propiedad Intelectual, legislación para acabar con la permanente situación de conflicto, abusos e inseguridad jurídica.

Oferta Alegal / Ilegal, legislación para acabar con el fraude.

Formación continua y para el empleo sectorializada.

Cotizaciones Seguridad Social. Bonificaciones para trabajadores de la categoría de fijos discontinuos para aquellas empresas que generan actividad productiva en el primer y último trimestre del año y que prolonguen durante este periodo la actividad laboral.

2. Restauración

Oferta principal. Atendido el valor que la restauración ofrece al turismo, es preciso que la restauración sea considerada oferta principal y no oferta complementaria, toda vez que un elevado porcentaje del turismo está motivado por la restauración.

Plan Estratégico Sectorial. Es necesaria una mejora de conocimientos de evolución sectorial, su estadística, la coyuntura y tendencias, especialmente el consumo fuera del hogar. Se precisa un verdadero Plan Estratégico Sectorial, que defina el punto de partida, diseñe escenarios óptimos de evolución a futuro y marque los pasos a seguir y las decisiones y reformas necesarias para asegurar un sector competitivo y moderno.

Reconversión e innovación. Mejora de la financiación. Es necesaria la reconversión e innovación en las microempresas de hostelería, con apoyos a la inversión y la mejora de la financiación para el mantenimiento de la actividad y el empleo de empresarios autónomos y microempresas, así como en el reciclaje de la formación empresarial de éstos.

Armonización de la normativa. En materia de legislación aplicable al sector, ha existido una situación inflacionista debido a los múltiples estamentos públicos con competencia en el sector. Es necesario armonizar legislaciones autonómicas y locales, así como una mejora de procedimientos que elimine abusos e inseguridad jurídica en materias como:

- Horarios
- Lucha contra el botellón y la venta callejera ilegal
- Competencia ilegal, economía sumergida e irregular
- Seguridad Alimentaria
- Prevención de Riesgos Laborales
- Epígrafes CNAE separados para comedores colectivos y catering
- Ruido
- Tabaco
- Procedimientos de licencias de apertura, actividad, obras, terrazas e insonorización.
- Armonización de los sistemas de clasificación de tipos de establecimiento
- Clarificación de la normativa sobre juego y loterías en el sector y reducción de la presión fiscal

Ley de medidas sanitarias frente al tabaquismo. La entrada en vigor de la reforma de la Ley el 1 de enero de 2011, ha supuesto un grave perjuicio para el conjunto del sector. Es necesario contemplar una adaptación de la Ley del Tabaco, que permita coexistir los derechos de trabajadores y clientes, asegurando zonas separadas sin contacto para los trabajadores.

Autónomos. A pesar de la entrada en vigor del Estatuto del Trabajo Autónomo, las diferencias sociales y necesidades de mejora en prestaciones de este colectivo siguen siendo importantes. Es necesario igualar las condiciones de prestaciones y ayudas específicas para el tejido empresarial autónomo, por ejemplo en materia de financiación.

Plan estratégico de desarrollo del turismo gastronómico. En materia de promoción turística, es necesaria la realización de un plan estratégico de desarrollo del turismo gastronómico, realizando acciones de ampliación de la oferta y aumento de la promoción específica, pasando de la actual fase de promoción genérica de la gastronomía a una situación de venta directa del producto turístico. Además, es necesario reforzar y coordinar las actuaciones con departamentos de agricultura de la administración central del estado y de las comunidades autónomas.

Ocio. El ocio tanto diurno como nocturno es uno de los atractivos que hacen de nuestro turismo un producto más competitivo, en especial en los segmentos de sol y playa, congresos, compras o turismo senior. **Es necesario un marco regulatorio no arbitrario y consensuado con el sector.**

3. Agencias de viajes

Importante papel en la comercialización del turismo. Las Agencias de viajes españolas tienen un papel importante en la comercialización del turismo tanto dentro de España como fuera. Las Agencias pueden ser emisoras y receptoras.

- a) Agencias emisoras: son la mayoría y son las que envían viajeros, es decir, su mercado consiste en turistas que demandan transporte y/o servicios en otras localidades nacionales o extranjeras. Constituyen la cadena que distribuye los viajes de los turoperadores o crean ellas mismas paquetes o venden servicios sueltos de avión, hotel, etc.

Las agencias desarrollan una actividad económica que da empleo a más de 50.000 personas y cuya labor fundamental es organizar viajes para sus clientes dentro de España o fuera.

Hay que tener en cuenta que el 50% de las ventas es tráfico doméstico, españoles que viajan dentro de España contribuyendo al desarrollo de nuestro turismo.

Pero además, los españoles viajan también al extranjero y sigue siendo una actividad económica que no hay por qué ignorar.

- b) Agencias receptoras: son las que se dedican o se ocupan de traer o atender (prestar servicios) a los turistas que llegan desde otros ámbitos geográficos, ya sean extranjeros o españoles.

En nuestro país hay carencia de productos o paquetes turísticos en el interior de España, es decir de todo el turismo que no es sol y playa. En este sentido, las agencias de viajes son una fuerza potente que puede crear esos paquetes, que es la mejor vía de comercialización. No es suficiente hacer promoción, debe de ir acompañada de propuestas concretas que faciliten la compra del viaje.

Neutralidad en la aplicación del IVA en servicios turísticos. El sector sufre un grave problema por la aplicación del sistema actual del IVA en la compra venta que hacen las agencias de servicios de alojamiento, manutención y transportes de personas que revenden al viajero adquirente final de los mismos, resultando que el importe del IVA que grava el precio final que paga el viajero en tal caso, es superior al importe del IVA que grava estos mismo servicios en los casos en los que el viajero los adquiere directamente a los hoteles y compañías de transporte y que aplica el tipo del 8%, mientras que las agencias de viajes deben aplicar el 18% en el marco del denominado régimen especial de las agencias de viajes (REAV).

Esta situación de distorsión de la competencia debe ser solucionada estableciéndose que el tipo de gravamen del IVA a aplicar a las ventas de viajes efectuadas en nombre propio por las Agencias de Viajes y

Turoperadores debe ser el mismo tipo de gravamen aplicable en el caso de que los consumidores adquieran directamente los servicios de transporte y alojamientos de personas.

Ayudas en casos de extrema gravedad. Se precisan ayudas en supuestos como los ocurridos durante 2.010, la nube de cenizas volcánicas o la huelga de controladores, ya que se trata de un sector fundamentalmente compuesto por microempresas que generan un elevado número de empleos estables, que se ve sacudido permanentemente por agresiones de todo tipo, en tanto que otros sectores consiguen distintos tipos de subvenciones o ayudas financieras en momentos delicados.

Propuestas específicas para las agencias emisoras. Cabe destacar como propuestas específicas para las agencias emisoras:

- a) Desarrollo del transporte aéreo, especialmente para Baleares y Canarias. El transporte aéreo es dinamizador de la economía española en su conjunto y, en especial, del Turismo. Nuestra situación periférica en Europa y la existencia de los dos archipiélagos hace de vital necesidad tener una industria aérea potente.
- b) Incentivación de las agencias que creen paquetes turísticos dentro de España para ser vendidos dentro o fuera del país. Hay carencias de productos turísticos y las agencias de viaje pueden crearlos. Los paquetes turísticos son la mejor forma de comercializar los recursos turísticos.
- c) Participación de las agencias de viajes en la creación y desarrollo de las diferentes web elaboradas por Segittur y Turespaña para ofrecer productos turísticos. A fin de ser más eficientes, no se puede dejar sólo en manos de estas Instituciones un arma de venta tan potente.
- d) Formación. Facilitar a las agencias la formación de estudiantes a través de una política de becas adecuada, un número de horas y de duración del contrato

reducido no cumple con los objetivos de formación, es mayor el esfuerzo por parte de la empresa que los resultados que se puedan obtener.

- e) Creación de productos turísticos. La importancia de desarrollar la creación de productos turísticos como mejor vía de comercialización de los productos turísticos.

Propuestas específicas para las agencias receptoras. Cabe destacar como propuestas específicas para las agencias receptoras:

- a) Campaña de sensibilización sobre la importancia del turismo. La población debería estar mentalizada de que la industria turística es nuestro principal motor económico y que nos afecta a todos directa o indirectamente.
- b) Seguridad. Con respecto a la Seguridad, solicitar la implantación de sistemas como el SATE de Madrid, de atención al turista en caso de robo en su propio idioma.
- c) Incentivos fiscales para los establecimientos hoteleros que permanezcan abiertos todo el año.

Gestión de las agencias de viajes. Se precisa un cambio en el modo de gestión de las agencias de viajes, a fin de evitar más cierres. En todo caso, se debe tomar en consideración que las nuevas tecnologías van a imponer un cambio en la forma de hacer negocio de las agencias de viaje.

Fondo de Protección al Pasajero. Se requiere la creación de un Fondo de Protección al Pasajero que evite situaciones tales como las ocasionadas con Air Comet.

Empresas exportadoras. Atendida la naturaleza del servicio que prestan, las agencias deben considerarse empresas exportadoras y, como tales, recibir el correspondiente tratamiento.

4. Transporte aéreo

Importancia del transporte aéreo. España depende críticamente del transporte aéreo debido a su situación geográfica en el extremo sur de Europa y la existencia en nuestro territorio de dos archipiélagos (Baleares y Canarias), que tienen en el turismo su mayor fuente de riqueza. Las compañías aéreas son, además, la espina dorsal del turismo: baste recordar que cuatro de cada cinco turistas llegados a España lo hace en avión, y que más del 88% del total de gasto efectuado por quienes nos visitan se debe a viajeros que utilizan el transporte aéreo. Como media, cada mil nuevos pasajeros suponen la creación de un puesto de trabajo directo y casi tres indirectos.

Precios por servicios aeroportuarios. La subida de las tasas aeroportuarias prevista en los Presupuestos Generales del Estado 2012 centran la preocupación de las compañías aéreas y el conjunto del sector turístico. Hablamos de una subida media del 18,9%, porcentaje que en Madrid se eleva al 50,3% y en Barcelona al 53,6%, y que se suman en ambos aeropuertos a los experimentados en 2011, de un 24,3% y un 15%, respectivamente.

En aeropuertos eminentemente turísticos como Alicante, Gran Canaria, Málaga, Palma de Mallorca y Tenerife Sur la subida asciende al 12,9%; en 2011 el incremento fue del 10,1%. Estos siete aeropuertos suman el 72,8% de las llegadas de pasajeros por vía aérea. Los restantes aeropuertos ven incrementadas sus tasas entre un 15,51% y un 20,70%.

Subidas tan importantes, en un entorno de débil demanda y con precios record del combustible, agravarán la situación de las compañías aéreas (involucradas en diferentes ajustes, incluidos EREs) y dificultarán los desplazamientos turísticos. El turismo es uno de los pocos sectores que ha sido capaz de mantener, pese a la crisis, su contribución al PIB (10,2% en 2010) y a la creación de empleo. Exceltur estima que la subida prevista podría provocar en los siete grandes aeropuertos una caída, en un año, de hasta 2,87 millones de turistas llegados por avión; descenso que, a su vez, supondría una pérdida de 1.636 millones de ingresos directos para el conjunto del sector.

Los datos de tráfico de pasajeros correspondientes al mes de marzo facilitados por AENA muestran una preocupante caída del tráfico en el conjunto de aeropuertos del 7,0%.

Las tasas aeroportuarias representan para las compañías aéreas, de media, entre un 10 y un 12% de sus costes; las tasas de navegación entre un 4 y un 6% adicional, dependiendo de la red de cada compañía. El combustible, por su parte, representa ya el 30% de los costes.

Optimización del espacio aéreo español. Cielo Único Europeo. Mejorar la estructura y gestión del espacio aéreo precisa las siguientes medidas: cerrar las secuelas del conflicto de los controladores; avanzar en la recuperación de aerovías directas, incluidas zonas reservadas para operaciones militares y considerar el espacio por encima de 24.500 ft como "zona de vuelo libre"; avanzar en la reestructuración de los TMA's de Madrid y Barcelona; implementar la navegación de precisión en todas las aproximaciones y progresar para que todas las pistas dispongan de aproximación instrumental.

Y la implantación definitiva del Cielo Único Europeo: la fragmentación del espacio aéreo europeo provoca retrasos innecesarios e ineficiencias ambientales significativas. Su implantación permitirá ahorros de entre el 6 y el 12% en el consumo de carburante, reducirá a 9 los más de 60 controles aéreos actuales, los tiempos de vuelos y el impacto ambiental en un 10%.

Criterios de Calidad para los Servicios de Navegación Aérea y compensaciones automáticas para los operadores. Resultan imprescindibles criterios de calidad en los servicios de Navegación Aérea que eviten retrasos e incremento en los tiempos de vuelo, que suponen grandes pérdidas para los operadores. AENA debería comprometer que el parámetro de minutos de retraso por vuelo operado figure desde 2012 en los niveles medios de los cinco países de nuestro entorno, al igual que la CE exige compromisos de niveles de servicio a los Estados miembros en el marco del proyecto de Cielo Único. Se deberían fijar compensaciones económicas para determinados niveles de incumplimiento de los niveles de servicio, como ya ocurre en algunos países europeos (NATS-Reino Unido...)

Intermodalidad en los aeropuertos de Barajas y El Prat. Es imprescindible la conexión efectiva de los aeropuertos de Madrid y Barcelona a la red de alta velocidad, de manera que sea posible sustituir el avión por el tren en distancias de una hora e inferiores en transporte aéreo, manteniendo una conectividad de alta calidad. Un pasajero de transporte ferroviario de media y larga distancia debería poder acceder a las Terminales de los aeropuertos sin cambiar de tren desde el origen de su viaje. Para cumplir este objetivo no existen infraestructuras planificadas en este momento. El servicio de lanzadera de AVE previsto para Madrid es absolutamente insuficiente.

Funcionalidad de las operaciones aeroportuarias.

Eliminar requerimiento de identificación de pasajeros en la puerta de embarque: Ya ocurre en 7 países de la UE (9 si se considera la inmediata incorporación de Portugal y Holanda). Mejora la experiencia del cliente y permitirá el autoembarque.

Eliminar la identificación de equipajes de pasajeros en conexión no embarcados: Se debería eliminar este requisito cuando hay garantías de que estos equipajes han pasado previamente controles de seguridad fiables en aeropuertos anteriores.

Incentivos fiscales. Es preciso restablecer incentivos fiscales para la renovación de flota, equipos y desarrollo industrial del sector cuando esta renovación repercuta en la reducción de la emisión de gases de efecto invernadero, así como en la incorporación de equipos/motores que disminuyan la contaminación atmosférica y acústica. Los aviones deben tener a estos efectos la consideración de instalaciones industriales.

Avances en la normativa del sector aeronáutico.

Revisión del Reglamento 261/04 CE: La erupción del volcán islandés o el abandono masivo de las torres por los controladores españoles (diciembre 2010) han puesto de manifiesto la necesidad de revisar el Reglamento comunitario que regula los derechos de los pasajeros en circunstancias excepcionales. Se trataría de limitar los costes que deben asumir las compañías en estos casos, e involucrar a los aeropuertos y organizaciones de navegación

aérea en los gastos de atención a pasajeros, así como, en su caso, a los servicios de protección civil.

Implantación urgente de la normativa unificada europea de seguridad que regula los límites de actividad de tripulaciones: Acelerar la implantación de la nueva normativa europea sobre límites por razones de seguridad de la actividad de tripulaciones, asegurando que esta norma es única para todos los países de la UE. Por debajo de estos límites sólo deben quedar los convenios que pudieran establecer las empresas en el marco de la negociación colectiva laboral.

Criterios de segmentación de precios para transporte de maletas: Modificar la Ley 1/2011 de 4 de marzo que en su disposición final segunda, punto 6, da una nueva redacción al artículo 97 de la Ley 48/1960 de 21 de julio, de Navegación Aérea, en la medida que contradice el Reglamento CE 1008/2008 y las leyes de libre mercado comunitarias.

Comercio de emisiones de CO₂: La inclusión de la aviación en el ETS penaliza a las compañías europeas frente a las de terceros países. Las amenazas de una mayoría de Estados no comunitarios de medidas de represalia contra las compañías europeas porque no aceptan el comercio de emisiones, debería aconsejar que la UE modificara parcialmente el esquema o lo suspendiese hasta que llegar a una aproximación global a nivel de OACI. Aproximación que ha sido la preferida por las compañías aéreas de todo el mundo, incluidas las europeas.

Propuesta comunitaria de Revisión Reglamento de SLOTS: La propuesta de la CE de revisión del Reglamento de slots introduce cambios muy negativos para las compañías aéreas. Plantea modificar los porcentajes actuales para conservar el derecho histórico "use it or lose it", lo que implicará de facto una tasa de uso para conservarlo equivalente al 100%, así como tasas de reserva para garantizar un uso adecuado de los slots y revisión de las series mínimas por temporadas. Estas medidas, que no resuelven los problemas de falta de capacidad en aeropuertos europeos, podrían apartar a la industria europea de las prácticas internacionales, incrementar los costes de las compañías y situarlas en una evidente desventaja competitiva frente a compañías de terceros países.

Propuesta Comunitaria revisión Directiva de Ruido: La revisión de la Directiva de Ruido propuesta por la CE, introduce cambios que pueden afectar negativamente a las compañías españolas. La Propuesta se aleja del “enfoque equilibrado” de la Directiva de 2002, que ha permitido manejar las cuotas de ruido en los aeropuertos comunitarios de forma positiva. Introduce una definición más estricta de aeronaves marginalmente conformes, que permite que aviones que pueden utilizarse sin ninguna restricción en cualquier parte del mundo, incluidos EEUU, puedan ser objeto de restricciones operativas progresivas en aeropuertos europeos. Ello supone una dificultad adicional para el turismo en España, que depende totalmente del transporte aéreo. El Reglamento resultante de la revisión no debería desviarse de los estándares actuales acordados en OACI, que suponen unas reglas de juego comunes para todos los operadores independientemente de su país de AOC. Cualquier revisión debería realizarse dentro del marco de OACI y no unilateralmente por la UE.

En España debería evitarse la introducción de nuevas restricciones a la operación nocturna, que en el caso de Barajas podrían amenazar el mantenimiento de la operación en hub, concentrando tráfico de conexión entre Europa y América Latina, que requieren operaciones nocturnas.

Derechos de tráfico de quinta libertad. Se hace necesaria una política racional en la concesión de derechos de tráfico de quinta libertad. En este tipo de acuerdos bilaterales que firma el Estado español, no deberían atenderse las peticiones de derechos de tráfico de quinta libertad efectuadas por terceros países. Su concesión, salvo excepciones en que hay una contraprestación clara a favor de las compañías españolas, supone introducir una competencia innecesaria para nuestras compañías que operan canalizando tráfico desde toda Europa hacia terceros países, en especial América y África. Debilitar nuestros hubs penaliza la posición de España y de las compañías españolas en favor de otros hubs europeos. La política de no dar quintas es la más general tanto en los bilaterales históricos de los Estados europeos como en los nuevos acuerdos horizontales entre la UE y terceros países.

Garantizar un marco estable de competencia, asegurando la igualdad de condiciones y trato para todos los operadores. Mantener el necesario “*level playing field*” para todos los operadores, evitando las distorsiones que puedan surgir de

disparidades fiscales, de la normativa laboral aplicable, de posibles distorsiones por los criterios de fijación de tasas aeronáuticas y **la transparencia de ayudas comerciales y subvenciones.**

5. Ocio

El “Sector del Ocio” como parte preferente e integral de la actividad turística: agente locomotor de los servicios turísticos. En primer lugar, se debe resaltar la necesidad del reconocimiento de la importancia del “*Sector Ocio*” como elemento preferente e integral del turismo y de la oferta turística. Se reivindica así una visión unificada y realista del “*Sector Ocio*” como una parte integral y no como una oferta complementaria del turismo.

Entre los agentes del “*Sector Ocio*” pueden destacarse, a título enunciativo y no limitativo:

- Actividades de turismo activo
- Balnearios y espacios de salud
- Campos de golf
- Casinos
- Espacios culturales y museísticos
- Estaciones de esquí y montaña
- Jardines botánicos y espacios de naturaleza
- Parques acuáticos
- Partes de atracciones y temáticos
- Parques zoológicos
- Salas de fiesta, baile y discotecas
- Otros espacios con actividades deportivas (náuticos, vuelos, etc.)

Todas estas actividades conforman un potente mercado cuyos intereses demandan y merecen ser integrados, coordinados y puestos en valor en forma mancomunada con el resto de actividades que ampara el “*Sector Turismo*”.

Algunas cifras y magnitudes, a título ilustrativo, dan cuenta de la relevancia de la industria del ocio¹ y su carácter de agente locomotor y generador de renta-empleo en los servicios turísticos:

Parques de atracciones y temáticos. Los nueve parques que integran AEPA reciben anualmente más de 12 millones de visitas, que significan 586 millones de euros de facturación al año; generan unas cifras de empleo que superan los 6.000 empleados, además de los ingresos indirectos que repercuten en el sector servicios y que suponen más de 1.000 millones de euros de renta turística generada, lo que les constituye como un referente importante de la oferta turística, en cuanto espacios de ocio diversificado.

Estaciones de Esquí y Montaña. ATUDEM engloba a un total de 33 Estaciones de Esquí, entre las modalidades de Alpino, Fondo e Indoor. La industria de las Estaciones de Esquí genera alrededor de 7.000 puestos de trabajo directos y cerca de 50.000 empleos indirectos en los valles en los que se encuentran ubicadas, creando riqueza en esas comarcas, por lo que se posiciona como el principal motor, generador de desarrollo de la economía de montaña. En la última temporada de esquí se recibieron un total de 5.546.777 de visitantes, registrándose una facturación sólo por remontes de 112 millones de euros en los seis meses que abarcó de manera excepcional. Asimismo, el colectivo de las 33 Estaciones llevó a cabo una inversión situada en 60 millones de euros.

El PIB inducido en las comarcas de montaña se estima en 896 millones de euros.

Es preciso preparar una campaña a largo plazo con el Ministerio de educación, cultura y Deporte que recoja los siguientes puntos:

- Promoción interior del esquí.
- ✓ Semana blanca generalizada y repartida por zonas.

¹ Fuente: AEPA, ATUDEM, FASYDE, e INE respectivamente.

- ✓ Incluir en los planes de estudio de los alumnos de secundaria la obligación de asistir en cada uno de los cursos a una estancia en una estación de esquí.

La nieve. Otro mundo. Particularidades. Descubrirlo poco a poco. Aprender a deslizar. Esquí nórdico, esquí alpino. Sin competición, paso a paso.

- ✓ Formación previa de los profesores. Que transmitan su experiencia los alumnos en vez de oponerse a algo que no conocen.

Algunas estaciones de esquí españolas tienen suficiente nivel para atraer clientela extranjera. Combinado con nuestro clima podría dar lugar a:

- Promoción exterior del esquí. Una montaña amable, un clima benigno. En España no se esquía a 20 grados bajo cero.
- Internacionalizar la montaña española. Varias estaciones han probado suerte de forma individual en los mercados exteriores. Se ha realizado incluso alguna prueba piloto que incorpora también el verano.

Salas de fiesta, baile y discotecas. Como referente imprescindible el ocio nocturno tiene una implantación en todo el ámbito nacional y una incidencia especial en todos los destinos turísticos. En la actualidad son 4.969 las empresas que integran esta oferta. Con una ocupación de 51.027 trabajadores de los cuales más del 80% tienen ocupación durante todo el año. La facturación anual supera los 2.500 millones. Junto a esta incidencia económica, la influencia social en el aspecto turístico la convierte en esencial al cubrir un horario en todos los destinos turísticos, en alguno de los cuales se convierte en la causa de la elección del mismo y por el hecho de que por nuestras empresas pasan al año 100 millones de personas.

Oferta Náutica. No existe una política global de turismo náutico orientada a las necesidades de la demanda y al posicionamiento estratégico del mercado para las nuevas tendencias del ocio recreativo. Así, los puertos deportivos (puerta de entrada del turista náutico) no están integrados como producto turístico recreativo.

Es necesario que exista un tratamiento fiscal adecuado y en equilibrio con los países de nuestro entorno. España es el único país de nuestro entorno económico que grava con un impuesto especial del 12% tanto la compra de embarcaciones para uso privado a partir de 8 metros de eslora como la compra para uso profesional, charter, a partir de 12 metros de eslora y que pone a las empresas españolas en peores condiciones de competencia frente a italianas, francesas, griegas, etc.

Encuesta Anual de Servicios (CNAE-2009) Año 2009.

93. Segmento de actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento

Principales magnitudes por clase de variable, sectores de actividad y tramos de ocupación:

- Número de empresas	29.850
- Número de locales	33.081
- Volumen de negocio	7.921.763.000 €
- Valor de la producción	7.640.998.000 €
- Valor añadido a precios de mercado	4.295.971.000 €
- Valor añadido al coste de los factores	5.047.808.000 €
- Gastos de personal	3.596.085.000 €
- Compras y gastos en bienes y servicios	4.163.131.000 €
- Compras de bienes y servicios para la reventa	816.604.000 €
- Inversión en activos materiales	801.604 €
- Personal ocupado (media anual)	155.840 €

Necesidad de apoyo y fomento empresarial. En tiempos de crisis, "el ocio" es lo más prescindible para el bolsillo de los usuarios y consumidores, con lo que la industria del ocio resulta enormemente vulnerable con las eventuales consecuencias de pérdida de empresas y de empleo.

Se hace por tanto necesario una atención extrema a las vicisitudes que la crisis pueda traer consigo y una apuesta comprometida y decidida por parte de todas las instituciones políticas para el desarrollo empresarial y la protección del empleo que en el "*Sector Ocio*" da cobijo y amparo a más de 200.000 personas.

Homogeneización de la normativa turística. Dentro de la necesaria homogeneización de la normativa en materia turística, a fin de evitar la disparidad legislativa que provoca situaciones y exigencias diferentes en los distintos territorios nacionales, debe procederse a la homogeneización de la normativa en materia de espectáculos. Esta última homogeneización es igualmente imprescindible por la importante incidencia que tiene con vistas a la auténtica implantación del mercado único y la necesaria calidad de la oferta que, entre otros factores, provoca la seguridad de los usuarios.

Promoción de la oferta de ocio. Junto a la oferta general, y con el fin de enriquecer la misma, la promoción debe dejar patente de forma explícita la riqueza, diversidad y calidad de la oferta del ocio. Resaltar la variedad y calidad de la oferta de ocio es, sin duda, un elemento imprescindible y diferenciador con otros destinos turísticos.

Formación. El sector del ocio, por su diversidad y especialización está necesitado de una formación específica adecuada. Las nuevas categorías profesionales que se incorporan al mercado laboral (operadores de remontes, servicios de admisión en el ocio nocturno, operadores de atracciones, DJ,) hacen imprescindible una especialización de todos los trabajadores que prestan su servicio en el sector del ocio, aún cuando pueda parecer que la formación genérica los engloba.

6. Congresos y Reuniones

Importancia del turismo de Congresos y Reuniones. El turismo de Congresos y Reuniones se configura en la actualidad como uno de los segmentos con más potencial de crecimiento en España. Tomando datos del 2010, en España se realizaron 21.382 reuniones, con 3.428.554 de participantes y que generaron unos ingresos económicos de 4.029.123.188,31 €.

España recibe al año cerca de 3,5 millones de turistas vinculados a la celebración de eventos profesionales que generan unos ingresos aproximados de 4.000 millones de euros en concepto de alojamiento, transporte, restauración u ocio.

El gasto medio diario del turista de congresos y reuniones se sitúa en una media entre 200 y 250 euros diarios por persona y día, muy superior al del turista tradicional, con el impacto económico que ello genera. Asimismo posee un importante efecto desestacionalizador.

La celebración de eventos conlleva también otros beneficios no cuantificables para el entorno donde tienen lugar, relacionados con el prestigio, la difusión mediática del destino o la promoción entre los asistentes que en un alto porcentaje muestran su intención de volver como turista vacacional. Asimismo, es una de las actividades claves relacionadas con el auge del turismo urbano.

Estudios. Se precisa un estudio de las fórmulas de registro existentes en la actualidad con objeto de conocer más profundamente las características del sector y del mercado.

Asimismo, es necesario disponer de un estudio y diagnóstico integral del segmento de turismo de reuniones en el que participen de manera activa y coordinada tanto el sector público como el privado, con el objeto de analizar la situación y determinar las acciones necesarias que debemos afrontar.

Creación de un sistema efectivo de medición. Es preciso crear un sistema efectivo de medición que permita realizar una cuantificación de la oferta con sus características de manera imparcial, unificada y aceptada por la totalidad de organismos públicos y el sector privado. (Es interesante la clasificación desarrollada por la International Congress and Convention Association, ICCA).

Potenciar el conocimiento de los principales mercados emisores y competencia desarrollando programas de promoción y comercialización específicos, así como sus canales de comercialización.

Propiciar la presentación de candidaturas de congresos internacionales en nuestro país a través de ayudas específicas a los promotores y organizadores de dichos congresos, facilitándoles de este modo la posible financiación de viajes,

desplazamientos e infraestructuras en propuestas de marcado interés, implicando en todas estas iniciativas a nuestras Embajadas y Oficinas de Turismo en el Extranjero.

Del mismo modo, **favorecer y contribuir** en la promoción de acciones encaminadas a la realización de congresos nacionales, contribuyendo así al desarrollo de actividades empresariales y científicas que revierten en la economía de las regiones receptoras y en su tejido empresarial.

Garantizar la adecuada presencia del sector en las leyes de turismo de las diferentes Comunidades Autónomas de acuerdo con su relevancia socioeconómica.

Reivindicar el sector de la organización de Congresos. Reivindicar el papel de los OPC, Palacios de congresos, y recintos feriales, entre otros, como abanderados del segmento y garantes de la calidad y la excelencia, así como evitar situaciones de competencia desleal en el desarrollo de la actividad, que en último término merman la calidad del servicio y desacreditan la buena praxis.

Coordinación inter-administrativa. Se debe favorecer la coordinación entre las entidades públicas en la ordenación y crecimiento de la oferta congresual. Es necesario garantizar el crecimiento del sector en equilibrio, sostenible, con la demanda y oferta turística, así como su transversalidad, accesibilidad, atractivo, seguridad y otros elementos logísticos.

Fomentar la alianza público-privada. Propiciar la adscripción a esta iniciativa empresarial del conjunto de actores públicos, instituciones, organismos y otros agentes económicos vinculados a esta actividad turística mediante la creación de un Foro Público-Privado de Debate, Propuesta y Consenso para la elaboración e impulso de cuantas medidas contribuyan a mejorar la competitividad del sector. Hay que concienciar a los gestores públicos y a la sociedad en general de la importancia del segmento, de su transversalidad y de su contribución.

Propiciar un crecimiento sostenible y una planificación rigurosa de los recursos. Desarrollar planes de viabilidad rigurosos para una correcta ordenación del

turismo de congresos que evite situaciones de sobreoferta, saturación del mercado y desaprovechamiento de recursos.

Concienciación. Hay que concienciar a los gestores públicos y a la sociedad en general de la importancia del segmento, de su transversalidad y su contribución.

Estrategias conjuntas. Desarrollar estrategias conjuntas para revitalizar el sector ferial y congresual consolidando como herramienta fundamental en los apartados de promoción y marketing.

Imagen única. Ofrecer una imagen única, institucionalizando el territorio, con el sector de turismo de negocios en particular como destino y el objetivo final de dar a conocer fuera de nuestras fronteras un producto turístico de calidad.

7. Transporte turístico

7.1. Transporte de viajeros por carretera

Medidas específicas de apoyo a la actividad discrecional y turística. La actividad discrecional y turística contribuye de manera decisiva al desarrollo de otras actividades económicas, especialmente el turismo. Por ello habría de recibir medidas específicas de apoyo que fomenten su consistencia económica, su rendimiento empresarial y su estabilidad. Se debería establecer un programa específico como parte fundamental del sector turístico.

Lucha contra la morosidad. La morosidad de las Administraciones no es un fenómeno nuevo, pero se ha acentuado con la crisis económica y sus efectos son ahora más negativos porque el acceso al crédito es más difícil para las empresas. Se hace necesaria la creación de un marco normativo de financiación del transporte urbano, que asegure a autoridades municipales, operadores y usuarios los medios necesarios para prestar un servicio que en muchas ocasiones trasciende del interés puramente local.

Establecimiento de un marco de referencia para la contratación de los servicios de transporte en autocar: Con ello se pretende que los contratantes de los servicios turísticos de transporte de viajeros por carretera se aseguren un servicio seguro, eficiente, respetuoso con el medio ambiente y de calidad.

Políticas de estímulo tributario para la adquisición y renovación de flotas con vehículos más ecológicos: Se debe recuperar la deducción en el impuesto de sociedades por la adquisición de vehículos más respetuosos con el medio ambiente.

Eliminación del céntimo sanitario: Mediante la figura del gasóleo profesional se deberían retornar a las empresas de transporte en autocar las cantidades ingresadas por el tramo autonómico del Impuesto sobre las Ventas Minoristas de Determinados Hidrocarburos.

Elaboración de un plan de infraestructuras específicas en núcleos urbanos que faciliten la operación eficiente del transporte en autocar: Construcción y habilitación de carriles bus y plataformas reservadas, supone una forma de reducir la congestión y contaminación en los ejes de acceso a las ciudades, adecuación de las estaciones de autobuses a las nuevas necesidades de la demanda y construcción de aparcamientos específicos.

Establecer paradas específicas para el estacionamiento de los autobuses en los alrededores de los principales monumentos de atractivo turístico de las ciudades, así como un protocolo de actuación que facilite la subida y bajada de viajeros en hoteles y otros sitios de interés turístico. Facilitar políticas integradoras del transporte turístico como un servicio esencial de la ciudad, por su importancia en la satisfacción final del turista y, por ende, en la imagen de España en los países receptivos.

Defensa de los intereses del sector en la tramitación y posterior aprobación de la normativa comunitaria, así como en su correcta transposición al ordenamiento jurídico. En numerosas ocasiones, la transposición efectuada coloca a las empresas españolas en una situación de desventaja.

Impulso de la comodidad e intermodalidad. Promover la coordinación de los sistemas de transporte tanto a nivel intermodal como intramodal, desarrollando políticas que favorezcan el máximo aprovechamiento de las infraestructuras. Para ello es necesario que tanto puertos, aeropuertos y estaciones de ferrocarril estén dotados de infraestructuras que permitan el fácil transbordo de los viajeros al autocar.

Reducción de cargas administrativas. Se precisa la reducción de las cargas administrativas que afectan al sector en aras a una mayor eficiencia y competitividad. El transporte es uno de los sectores económicos más afectados por una burocracia administrativa innecesaria.

De cara a tomar un nuevo impulso para ganar tamaño en los mercados, se necesita del apoyo de la Administración para eliminar cargas administrativas y fiscales en los procesos jurídicos de concentración y para facilitar el acceso a la financiación para hacer viables estos proyectos.

7.2. Rent a car

El sector de alquiler de vehículos alcanzó una cifra de **ventas de 1.185 M€**, más de **1.500 compañías** operativas, un parque de **200.000 vehículos de media/año** con un pico de **240.000 vehículos en temporada de verano**.

Durante el pasado año 2011, las compras de las compañías de alquiler alcanzaron los **141.448 vehículos**, siendo este sector de los más dinámicos en su comportamiento y actuando como soporte de la industria de la automoción en estos años de grandes dificultades en la venta de vehículos a particulares.

El sector tiene una red de oficinas de **2.485 oficinas** teniendo presencia en todos los aeropuertos, estaciones de tren y de AVE. En su conjunto, las Empresas del sector tienen una plantilla de **6.875 empleados**.

Además, existe un alto grado de concentración en este sector, donde las sumas de las cuotas de participación de las cinco primeras compañías en su conjunto alcanzan un 60% de la cifra de negocios del sector.

La elevada competencia existente en el sector, la debilidad de la situación económica y las dificultades de financiación para la compra de vehículos han hecho que un número importante número de compañías, de carácter local, no hayan podido continuar en este negocio.

Balance 2011 / Perspectivas 2012.

Por una parte, el incremento de la actividad turística ha permitido una ligera mejoría en la cifra de ventas que no se ha visto reflejada en los resultados de las compañías debido a la elevada presión de los precios y al aumento en los costes operativos.

La favorable evolución de la demanda de alquiler de vehículos de los mercados emisores hace que las perspectivas sean positivas desde el punto de vista del turismo, favorecidos por la inestabilidad de los países competidores de Oriente Medio.

No ocurre lo mismo con la demanda del mercado doméstico, donde las graves dificultades económicas por las que atraviesa nuestro país hacen que las perspectivas sean menos favorables.

Por otra parte, la demanda de vehículos de alquiler por parte del sector Corporativo (Empresas) se mantiene estancada con un desplazamiento de la demanda hacia coches más pequeños, con un menor precio.

En esta situación de mercado, la distribución por tipo de cliente muestra cada día un mayor peso de la demanda turística (70%) frente a la demanda de negocios (30%), acercando cada día más el alquiler de vehículos al sector del Turismo.

DATOS SECTOR ALQUILER DE VEHICULOS	2011
FACTURACION EN M€	1.185
EMPRESAS	1.596
COMPRAS TURISMOS	141.448
PARQUE	200.000
OFICINAS	2.485
EMPLEADOS	6.875

Conclusiones.

La consideración del alquiler de vehículos como actividad turística: No se puede olvidar que dentro de la comercialización de las actividades turísticas se produce cada vez una mayor integración de ofertas complementarias: el viaje, el transporte, el alojamiento y el alquiler del vehículo por lo que debe de cuidarse al máximo la homogeneidad del tratamiento de los distintos elementos integrados para evitar disfunciones y, sobre todo, incomprensiones o desconfianzas por parte del cliente mayorista o minorista.

Se debe corregir la diferencia de tratamiento entre el IVA aplicable al alquiler de vehículos y el que grava las estancias hoteleras, toda vez que, de conformidad con lo arriba señalado, la comercialización de ambos productos se hace cada vez, en más ocasiones, como un paquete único.

La necesidad de dotar al sector de unas mínimas reglas de juego: El "rent a car" era un sector prácticamente liberalizado y apuesta por la competencia y libertad de instalación y de acceso a la actividad. Al mismo tiempo, es necesario garantizar la calidad del servicio y la protección al consumidor mediante unas condiciones generales de contratación que garanticen al usuario la calidad del vehículo que se le alquila, que figure en su permiso de circulación que está destinado al alquiler sin conductor y, por tanto, va a sufrir un régimen más intenso de ITV'S, que cuenta con una cobertura de seguros adecuada al destino previsto para el vehículo, y que, en general, se configura

una referencia a efectos de incidencias y reclamaciones fácilmente accesible para quien alquila ese vehículo.

El tratamiento a efectos del impuesto de matriculación: Desde hace años la exención que se aplica en el impuesto de matriculación a los vehículos destinados al alquiler sin conductor se consolida cuando permanecen vinculados a esta actividad durante un plazo de dos años, además de la reducción del 30% de la base imponible a los 6 meses.

Lo que en su día fue un logro importante y entrañó un alentador proceso de renovación de las flotas de alquiler que tuvo paralelo reflejo en las ventas de fabricantes e importadores de vehículos, ha perdido atractivo al haber sido superado por la propia realidad del mercado y, en definitiva, por la enorme competencia existente entre las diversas empresas.

Hasta fechas recientes era difícil encontrar en el mercado de alquiler, vehículos con más de 6/7 seis meses de matriculación y es lo cierto que, desgraciadamente como una consecuencia más de la crisis económica, se está produciendo el alargamiento de la vida de las flotas hasta ese límite de dos años, con lo cual la optimización fiscal de las empresas choca con el interés del propio sector de ofrecer un vehículo nuevo y de los fabricantes de aumentar sus ventas a flotas.

La financiación: Los problemas de financiación constituyen una de las consecuencias más negativas derivadas de la crisis económica. Muchas empresas del sector han tropezado en sus planes de renovación con la puerta cerrada de la financiación para la adquisición de flotas.

En los últimos años, se ha trabajado, bajo el paraguas de la Dirección General de Transportes Terrestres, con el ICO en busca de la definición de una línea adecuada a la financiación de la compra de flotas, pero hasta el momento no ha sido posible alcanzar un resultado positivo.

A pesar de las dificultades que plantea el año 2012, y probablemente el 2013, es preciso definir unos mecanismos de financiación que, sin pérdida de seguridad, permitan a las empresas incardinadas en un sector que afortunadamente sigue creciendo como es el turístico, encontrar fórmulas para mejorar la renovación de las flotas.

Una referencia al alquiler con conductor: Existe un subsector bien diferenciado del "rent a car", con unos números más humildes, cuya problemática debe ponerse claramente de manifiesto: el alquiler con conductor. Este servicio muy vinculado a un turismo de alto "nivel", relacionado con los clientes que se alojan en los más importantes hoteles, vive en los últimos tiempos en una constante zozobra como consecuencia de la falta de seguridad jurídica en su regulación.

Es preciso que se traslade a las autoridades de transportes la necesidad de establecer unas reglas de juego claras que permitan diferenciar el servicio de alquiler con conductor de otro tipo de soluciones de transporte, dotando de la necesaria seguridad jurídica a las empresas dedicadas a este tipo específico de actividad de transporte.

Finalmente, es asimismo necesario contar con unas reglas de juego claras, que permitan condiciones de igualdad en el mercado, y eviten el intrusismo existente, reñido siempre con la calidad del servicio.