

ANNUAL TOURISM REPORTING TEMPLATE

2009/2010

1. INTRODUCTION

Council Decision 86/664/EEC of 22 December 1986¹ establishing a consultation and cooperation procedure in the field of tourism foresees that “each Member State shall send the Commission, once a year, a report on the most significant measures it has taken and, as far as possible, on measures it is considering taking in the provision of services for tourists which could have consequences for travellers from the other Member States”.

With the publication of the Communication “*Agenda for a sustainable and competitive European tourism*”, thereafter referred to as “*Agenda*”, the Commission announced that “in order to strengthen the collaboration with and among Member States, their current annual reporting through the Tourism Advisory Committee (TAC) will be used to facilitate the exchange and the dissemination of information about how their policies and actions safeguard the sustainability of tourism”. The Communication also recognised that sustainability and competitiveness are integral parts of a comprehensive approach towards tourism management and development.

This Communication was welcomed by the Competitiveness Council conclusions (22nd-23rd November 2007) and by the Presidency Conclusions of the Brussels European Council of 14th December 2007.

The main aims for the reporting process are to:

- be able to monitor the level of implementation of the “Agenda for a sustainable and competitive European tourism” by Member States;
- provide an opportunity for Member States to make visible at European level the ideas and initiatives that they have developed or are developing regarding tourism issues;
- facilitate the exchange of experiences among Member States with regard to how they tackle issues which are important for the competitiveness and sustainability of European tourism.

MS reports referring to year n shall be sent to the European Commission by the end of February of year $n+1$.

If the reports are sent in English, the deadline can be moved to the end of April.

An update of tourism data will be provided by EUROSTAT in the month of September of year $n+1$ (before the European Tourism Forum).

In order to reduce the length of the report, it is recommended to provide links to relevant websites where further details can be found (so that those interested on a specific issue can find out more about i.e. the leading organisation, details of a scheme) and to introduce these links with a brief introduction summarising the most relevant info.

¹ Official Journal L 384, 31/12/1986 P. 0052 – 0053.

2. ORGANISATIONAL STRUCTURE

This section should provide an overview of the main organisational structure to illustrate how tourism is organised and managed, to identify linkages and to identify the engagement of other organisations/stakeholders.

The information required will only need to be prepared fully in year 1 as it will subsequently only be necessary to provide details of any changes.

2.1 Please identify the national bodies responsible for tourism (Ministry and also any separate/related National Tourism Organisation), including their mission and spheres of competence, and their connection to other national bodies with direct or indirect influence in tourism. (maximum of 1.000 characters)

La **Secretaría de Estado de Turismo** (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio), tiene encomendadas las tareas de definición, desarrollo, coordinación y ejecución de las políticas turísticas del Estado, sin perjuicio de las competencias de la Comisión Interministerial de Turismo, así como las relaciones turísticas institucionales de la Administración General del Estado con organizaciones internacionales, públicas o privadas, y la cooperación turística internacional, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Corresponde a la Secretaría de Estado de Turismo la presidencia del Instituto de Turismo de España y como tal la alta dirección y la representación del organismo así como la vicepresidencia de la Comisión Interministerial de Turismo y la Conferencia Sectorial de Turismo y el Consejo Español de Turismo.

El Presidente del Instituto de Turismo de España es el Secretario de Estado de Turismo y le corresponde las siguientes funciones:

- La definición, desarrollo, coordinación y ejecución de las políticas turísticas del organismo.
- La alta dirección y la representación del organismo.
- La aprobación de los planes generales de actuación del organismo, así como del anteproyecto de presupuesto y de la memoria de gestión.
- La aprobación del plan estratégico de la sociedad estatal Paradores de Turismo de España, Sociedad Anónima.
- La rendición de las cuentas del organismo ante el Tribunal de Cuentas, de acuerdo con la normativa presupuestaria.

2.2 Please provide a *diagram/organogram of the organisational structure for tourism* identifying the connection between national, regional and local bodies. Provide also a short description of the core responsibilities and competencies of each of the organisations. Include also information about mechanisms of decision making process and participation (e.g. forums, advisory committees, other existing coordination mechanisms) from outsider organisations (e.g. other departments, stakeholder organisations and unions). (maximum 2 pages)

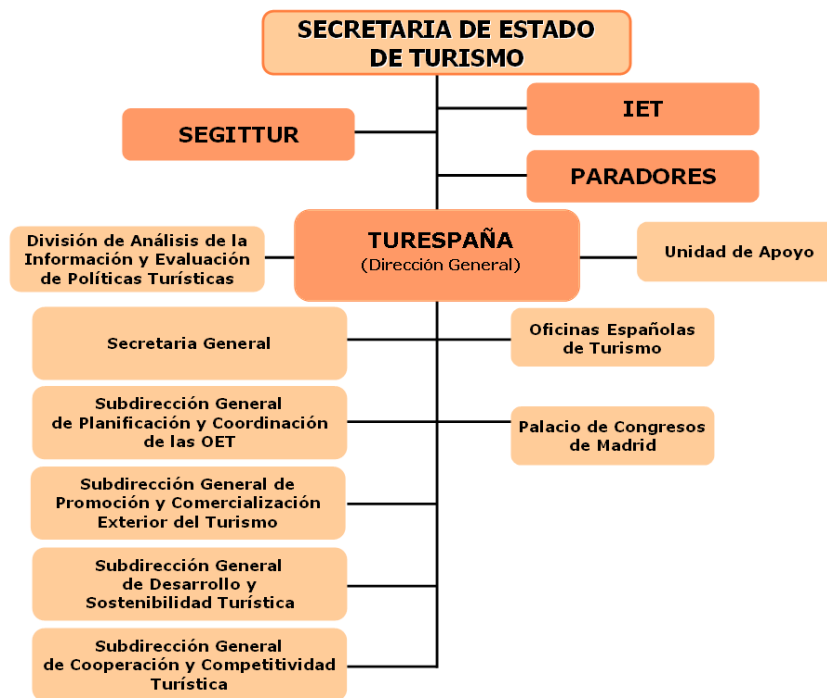
El **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio** es el Departamento de la Administración General del Estado encargado de la propuesta y ejecución de la política en materia de turismo.

Más en concreto, la **Secretaría de Estado de Turismo** bajo la superior dirección del Ministro de Industria, Turismo y Comercio, se ocupa de la definición y ejecución de las políticas turísticas del Estado, así como las relaciones turísticas institucionales de la Administración General del Estado con organizaciones internacionales, públicas o privadas, y la cooperación turística internacional, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Corresponde a la Secretaría de Estado de Turismo la presidencia del **Instituto de Turismo de España (Turespaña)** y como tal la alta dirección y la representación del organismo. Como ente principal, sus funciones se amplían más adelante.

La **Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR)** es un instrumento de enlace entre las nuevas tecnologías y la promoción turística, complementando pues la actividad de Turespaña. El **Instituto de Estudios Turísticos (IET)** es un organismo público dependiente directamente de la Presidencia de Turespaña (por ende, de la Secretaría de Estado de Turismo), que tiene como funciones la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al turismo. Por último, **Paradores de Turismo** es una sociedad anónima de capital público que gestiona más de 90 establecimientos hoteleros ubicados en reservas naturales y en edificios históricos.

El esquema apuntado queda como sigue:



A la Dirección General del Instituto de Turismo de España le corresponden las siguientes funciones:

- a) La planificación, definición de objetivos y evaluación del rendimiento de la acción del Instituto, así como el desarrollo de las herramientas y actuaciones para la aplicación del Plan del Turismo Español Horizonte 2020, el impulso de su ejecución y seguimiento.
- b) El ejercicio de las funciones de cooperación y coordinación turística.
- c) El diseño de estrategias encaminadas al desarrollo y mejora de la planificación y gestión de destinos basadas en la corresponsabilidad público-privada, la participación social, y la sostenibilidad.
- d) La elaboración de estrategias y planes generales que faciliten la generación y promoción de productos de alto valor añadido para el cliente, así como el fomento de nuevas categorías de producto, con capacidad desestacionalizadora.
- e) Ejercer las relaciones turísticas internacionales de la Administración General del Estado, tanto de carácter bilateral como con las organizaciones turísticas internacionales de carácter multilateral, así como el ejercicio de la cooperación turística Internacional en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Asimismo, le corresponden la información, el análisis de oportunidades y el apoyo a la implantación en el exterior de las empresas turísticas españolas, en coordinación con los servicios administrativos cuyas funciones afectan a las enumeradas.
- f) El desarrollo y la ejecución de los planes para la promoción y apoyo a la comercialización de los productos turísticos españoles en los mercados exteriores mediante la utilización conjunta de los distintos instrumentos y medios de promoción turística.
- g) El análisis de los mercados y la elaboración de los planes de promoción y apoyo a la comercialización en colaboración con las Comunidades Autónomas, los entes locales y el sector turístico; el ejercicio de las relaciones inmediatas con las Oficinas Españolas de Turismo en el exterior y, en particular, la coordinación y el control de gestión de sus actividades.
- h) La gestión y control de los recursos humanos y económicos del Instituto y las actuaciones necesarias para la ejecución de las actuaciones económicas, contractuales y administrativas, así como la gestión de carácter patrimonial o de inversiones.
- i) Aprobar la estrategia y la planificación y ejercer el control de eficacia respecto a la sociedad estatal Paradores de Turismo de España, Sociedad Anónima.

La Administración General del Estado define unas líneas generales de actuación de la actividad económica, competencia que según la jurisprudencia del Tribunal Constitucional se ha de llevar a cabo mediante la coordinación y cooperación con las Comunidades Autónomas. Corresponden al Estado las relaciones internacionales, la promoción y comercialización del turismo en el exterior, el diseño de la política turística general (desarrollo, cooperación, ...), la coordinación de la ordenación general de la actividad turística, además de la planificación de la economía nacional, de la que el turismo es pieza fundamental. **Las Comunidades Autónomas** tienen competencia de promoción y ordenación del turismo en el ámbito de su propio territorio; dentro del respeto a la atribución de competencias de las Comunidades Autónomas.

En cuanto a las **Entidades Locales**, la atribución de competencias a los Municipios y a las Provincias es consecuencia directa del reconocimiento constitucional de su autonomía para la gestión de los intereses que le son propios. Las competencias pertinentes, se desarrollan fundamentalmente en relación con las actividades de información y promoción, lo que ha determinado la existencia de distintos órganos como los Patronatos de Turismo (bien con carácter provincial o adscritos al ámbito municipal –muy especialmente en las grandes ciudades-. De ellos dependen habitualmente las Oficinas de Congresos que desarrollan una gestión integrada de la promoción de la ciudad y captación de eventos congresuales o ferias mediante el apoyo al sector privado en sus actividades de comercialización. Gozan de estatuto propio y su financiación es tanto pública como privada) o las Oficinas Municipales de Información Turística que se adscriben a la Diputación Provincial, a la Concejalía responsable de turismo o incluso a los Patronatos. Tanto en los primeros como en estas últimas, existe una importante participación privada con un cierto grado de cofinanciación.

Otros órganos

- **La Comisión Interministerial de Turismo** es el órgano colegiado, consultivo y ejecutivo de coordinación que se compone de los Ministerios de la Administración estatal cuyas competencias tengan incidencia en las materias de turismo que se traten en función del orden del día de la convocatoria.
- **La Conferencia Sectorial de Turismo**, es el órgano colegiados, consultivo y ejecutivo que reúne a los órganos del Estado y a las Consejerías de las Comunidades Autónomas responsables del turismo.
- **Consejo Español del Turismo (CONESTUR)**, es el órgano consultivo del turismo que reúne a todas las Administraciones (estatal, autonómica y local) del sector turístico, representado también al sector privada mediante las Cámaras de Comercio, la patronal (CEOE), asociaciones profesionales y sindicatos. También se compone de profesionales de reconocido prestigio en el ámbito turístico.

2.3 Please provide information about **financial data**, including tourism budget as a percentage of overall government budget, the amount of national funding support for tourism marketing, the amount of EU funding support made available for tourism and data concerning the support to SMEs and destinations. (1000 characters)

Años	Presupuestos Generales del Estado (*)	Secretaría Estado de Turismo (*)	TURESPAÑA (*)	PROMOCION (*)
2010	386.767.999,02 €	722.591,04 €	201.503,25 €	83.800,00 €
2009	372.089.591,99 €	718.073,55 €	224.729,08 €	83.418,00 €
2008	332.375.215,64 €	362.898,68 €	156.105,12 €	85.502,00 €
2007	308.145.808,72 €	321.448,15 €	148.000,00 €	76.800,00 €
2006	285.064.966,31 €	299.000,00 €	138.200,00 €	71.000,00 €

(*)en miles de €

3. POLICIES AND STRATEGIES

3.1 Is there a current **National Strategy for tourism**? Yes No

If yes, please, provide information in bullet point format about the **key aims, objectives and priorities** of the strategy highlighting those that are designed to address sustainability issues in economic, environmental and social terms in particular those related in the six aims included in the Agenda. In the **formulation process of the tourism strategy**, briefly explain whether and how consideration has been given to the 9 principles set out in the Agenda (para.2.3 p5) and given in the appendix. (maximum 2000 characters)

En noviembre de 2007 se acordó un ejercicio de revisión estratégica para el sector turismo, fijando como horizonte de referencia el año 2020. Surgió así el **PLAN DE TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020**, que recoge la estrategia a medio y largo plazo para afrontar los retos del sector turístico español.

El proceso de definición analizó la situación actual y las posibles tendencias en el horizonte 2020, y en base a ambos parámetros detectó las principales áreas de mejora, marcando unos retos y objetivos a cumplir. En definitiva, el plan pretendía, y pretende, lograr en el año 2020 que el sistema turístico español sea uno de los más competitivos a la par que sostenible, generando el máximo bienestar social. En línea con el Plan 2020, en la actualidad, las cuatro áreas que definen las prioridades de la política turística del Estado español son la promoción, la modernización de infraestructuras, la desestacionalización y el eco-turismo.

- En cuanto a la **promoción**, en el presupuesto de 2010 se consolida una inversión por encima de 83 millones de euros, a pesar de la difícil situación económica.
- Sobre **infraestructuras**, cabe destacar el éxito del Plan RENOVE y del Plan FuturE durante el pasado año. Encuadradas en el citado HORIZONTE 2020, se trata de las principales líneas de ayuda en forma de financiación para el sector turístico puestas en marcha en España durante 2009 (y renovada para 2010 en el caso del FuturE). La diferencia fundamental entre ambas es que Renove Turismo ha tenido como objetivo financiar reformas en establecimientos, eliminar barreras arquitectónicas, implantar nuevas tecnologías y sistemas de calidad. Mientras, FuturE también contemplaba estos aspectos, incidía e incide más en las mejoras destinadas al ahorro energético y la conservación del medio ambiente.
- Para evitar la **estacionalización** del modelo turístico, se ha puesto en marcha el proyecto Turismo Senior Europa, un programa experimental para la temporada de invierno 2009-2010 que ofrece bonificaciones parciales a los ciudadanos de 16 países de la UE de más de 55 años.
- España debe potenciar y crear nuevos nichos de mercado en torno al llamado **eco-turismo**. El exponente más notable de eco-turismo es el turismo rural, que contribuye al asentamiento de la población rural, al crecimiento de la renta agraria, a la conservación del paisaje natural y al mantenimiento del patrimonio histórico y cultural.

3.2 Who was the **initiator** and who is **responsible** for its implementation? (maximum 500 characters)

La Secretaría de Estado de Turismo es la unidad que puso en marcha el Plan 2020 del Turismo Español. El Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) es el organismo estatal encargado de desarrollar este proyecto.

3.3 How is the strategy **monitored** and how often? (maximum 1000 characters)

Dentro de esta línea de acción, se busca establecer un cauce permanente de comunicación con el sector, los agentes sociales y los diferentes niveles de las administraciones turísticas, mediante el fomento de la participación a través de los órganos del Consejo Español de Turismo que permita tratar asuntos de actualidad relevantes para el turismo y en los que pudiera ser necesario adoptar posturas conjuntas desde el sector turístico.

Para ello, se atribuyeron nuevas competencias a la Comisión Ejecutiva del Consejo Español de Turismo (CECET) que le permita el seguimiento de las acciones del Plan 2020 y de los asuntos de actualidad relevantes. Aquellos asuntos importantes que se aprueben en estas reuniones serán susceptibles de ser elevados al Consejo de Ministros o al Pleno de la Comisión Interministerial en su caso. A tal efecto se prevén: reuniones trimestrales de la CECET y reuniones semestrales del pleno de CONESTUR.

3.4 What **national legislation** exists which is specific for tourism or which has a major impact on the sector? (maximum 2000 characters)

La competencia legislativa en materia de turismo corresponde principalmente a las Comunidades Autónomas. La dificultad estriba en el carácter horizontal del sector turístico, que viene afectado por otras muchas normas, tales como consumo, transporte, sanidad pública, interior. Las Directivas Comunitarias se trasponen directamente a la legislación autonómica. La Ley 42/1998, de 15 de diciembre, sobre derechos de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles de uso turístico y normas tributarias es una de las pocas normas estatales vigentes en materia de turismo. El pasado 4 de febrero se publicó un Reglamento (http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2010-1704) que deroga toda una serie de normativa estatal de ordenación del sector turístico, para que las Comunidades Autónomas desarrollen aún más su propia normativa y que afecta, entre otros, a la regulación de agencias de viaje, cafeterías, restaurantes, apartamentos turísticos, bungalows y campamentos de verano.

4. MEASURES AND INITIATIVES

This section provides Member States with an opportunity to outline *specific initiatives and policies* that are or are going to be adopted to manage and develop tourism activity in ways which respond to the key challenges referred to in the “*Agenda*” and which fall within the six main aims of the “*Agenda*” itself.

These initiatives could for instance fall into the following types of policy instruments: command and control instruments (legislation, regulation and licensing, land use planning and development control), voluntary instruments (guidelines and codes of conduct, reporting and auditing, certification, eco-labels, awards, voluntary contributions), economic instruments (taxes and charges, financial incentives and agreements), supporting instruments (infrastructure provision and management, capacity building, awareness raising, marketing and information services), measurement instruments (benchmarking, assessments on optimal use levels, carrying capacity).

1 Economic prosperity

- a. To ensure the long term competitiveness, viability and prosperity of tourism enterprises and destinations.
- b. To provide quality employment opportunities, offering fair pay and conditions for all employees and avoiding all forms of discrimination.

2 Social equity and cohesion

- a. To enhance the quality of life of local communities through tourism, and engage them in its planning and management
- b. To provide a safe, satisfying and fulfilling experience for visitors, available to all without discrimination by gender, race, religion, disability or in other ways.

3 Environmental and cultural protection

- a. To minimise pollution and degradation of the global and local environment and the use of scarce resources by tourism activities.
- b. To maintain and strengthen cultural richness and biodiversity and contribute to their appreciation and conservation.

4.1 Please set out, briefly, the **steps** which have been or will be taken, if any, **to address the 7 key challenges** for the delivery of sustainable and competitive tourism, covered in the TSG report and referred to in the ‘Agenda’.

4.1.1 Reducing the seasonality of demand. (maximum 1000 characters)

Para poder paliar los efectos de la estacionalidad, entre otras medidas, surgió en 2009 el **Plan de Turismo Senior Europeo**, enmarcado dentro del Plan Horizonte 2020. Se trata de un proyecto de turismo social, creado por la Secretaría de Estado de Turismo, en colaboración con Segittur. El mismo, va dirigido a los mayores de 55 años, segmento que en Europa cuenta con 102 millones de ciudadanos. El Plan tiene como objetivo estimular la actividad turística fuera de la temporada alta aprovechando aquellas instalaciones que en invierno permanecen cerradas para reabrir las como paquetes turísticos.

Este es uno de los tres planes que tiene en marcha la Secretaría de Estado de Turismo para luchar contra la estacionalidad, junto al programa “Winter in Spain”, dirigido a sacar partido a lugares de climatología benigna en invierno, y el programa “Privilege”, para captar turistas de alto poder adquisitivo que buscan productos exclusivos.

4.1.2 Addressing the impact of tourism transport. (maximum 1000 characters)

Existen iniciativas concretas integradas en el "**Plan de Turismo Español Horizonte 2020**". Como hemos apuntado, el objetivo del plan es lograr que el sistema turístico español sea uno de los más competitivos y sostenibles, aportando el máximo bienestar posible, en ese horizonte temporal. Para ello, uno de los ejes de actuación que el plan aborda es el de la sostenibilidad del modelo turístico español, con mención expresa al transporte de viajeros, a través de diversas estrategias entre las que destaca la definición de un programa de recualificación de destinos turísticos maduros. Se persigue con él impulsar la transformación de este tipo de destinos, para adaptarlos a entorno crecientemente competitivo que asegure la generación de un mayor beneficio económico, social y medioambiental.

El turismo es un sector que en España ha tomado conciencia en materia medioambiental.

Uno de los pilares para el desarrollo de la actividad turística es la existencia de una infraestructura de transportes amplia y diversificada (carreteras, autopistas, aeropuertos, puertos, etc.), puesto que el grado de atracción de los destinos turísticos está íntimamente ligado a su acceso. La puesta en marcha de estas infraestructuras tiene un impacto sobre el medio ambiente, y el hecho de que el turismo sea una actividad fuertemente estacionaria tiene un impacto directo sobre el mismo. Hemos mencionado ya medidas para luchar contra esa estacionalidad. Todas estas cuestiones son tenidas muy en cuenta por la estrategia horizonte 2020.

Por otro lado, recientemente se ha conocido el contenido del anteproyecto de la futura **Ley de Economía Sostenible**, el eje fundamental de una estrategia de cambio general de modelo productivo que se presenta como un paraguas en el que imbricar reformas y estímulos de diverso calado, entre ellas todos los incentivos necesarios para compatibilizar turismo y transporte con el respeto al medio ambiente

4.1.3 Improving the quality of tourism jobs. (maximum 1000 characters)

En el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 se reconoce que las personas son una de las claves para la sostenibilidad futura del modelo turístico y deben convertirse en fuente de diferenciación del destino España. Por ello, éste es un programa dirigido a atraer, desarrollar y retener a los mejores profesionales en el sector, confiriendo el valor justo a la carrera profesional turística y difundiendo entre la sociedad, principalmente entre los jóvenes, las oportunidades profesionales que ofrece la industria turística. Para conocer las principales acciones que se están desarrollando en este ámbito, puede consultarse el siguiente sitio web:

<http://www.mityc.es/turismo/es-ES/Economia/Talento/Paginas/atrayendotalento.aspx>

Por otro lado, la concesión de **becas para investigadores y futuros profesionales del turismo** es una de las iniciativas más relevantes del Área de Formación de la Secretaría de Estado de Turismo. Su objetivo es potenciar la formación, acercando los perfiles de los nuevos profesionales del turismo a la realidad empresarial, fomentando la especialización e impulsando la capacitación de investigadores. En la actualidad estas becas están reguladas por la Orden ITC/4430/2004 de 27 de Diciembre

(<http://www.mityc.es/es-ES/AyudasPublicas/Documents/f0075b0cf7ee4c14adf38aa3e242232eBases05.pdf>)

Los resultados obtenidos durante estos años con las diferentes modalidades de becas han sido muy positivos, ya que los conocimientos adquiridos han situado a los beneficiarios en óptimas condiciones para su integración en el mercado laboral.

En paralelo a estas acciones, el Estado concede ayudas más concretas destinadas a fomentar la realización de proyectos y acciones para la formación de profesionales en el negocio electrónico del sector turístico, priorizando la formación en negocio electrónico y e-business encaminada a la difusión del conocimiento de los nuevos modelos de negocio y la relación con el cliente on-line.

(Avanza Formación Turismo, http://www.mityc.es/Plan_IDI/AvanzaFormacionTurismo/Paginas/index.aspx)

4.1.4 Maintaining and enhancing community prosperity and the quality of life, in the face of change. (maximum 1000 characters)

El turismo ha sido el motor de desarrollo de España durante décadas. Transformó el litoral, ha promovido el auge del turismo rural, fortaleció el sector de la construcción, ha fomentado cambios culturales, ha impulsado un espíritu europeo etc. Sin embargo, las consecuencias de una deficiente planificación se traducen para el destino turístico en cuestión y su comunidad, en toda una serie de problemas como degeneración del medio natural, pérdida de identidad cultural, falta de formación de los trabajadores, conflictos entre comunidades locales y turistas, etc. Resulta, pues, decisivo que la planificación incorpore un mecanismo de monitorización y evaluación. El Plan de Turismo español Horizonte 2020 contempla estos y muchos otros aspectos, con el fin último de que todos los participantes, ya sea el prestador o quien recibe el servicio, se beneficien al máximo de las posibilidades de este intercambio. Cabe destacar también la labor que desde hace años desempeña el **IMSERSO** (Instituto de Mayores y Servicios Sociales). Uno de los principales servicios que brinda el IMSERSO son los viajes para personas mayores de 60 años a distintas zonas de España. Así mismo está disponible un portal en internet para integrar a las personas mayores en las reservas de viajes on-line:

(http://www.mundosenior.es/portal/page/portal/MundoSenior/Produccion/Viajes_IMSERSO)

Más información al respecto de los programas del IMSERSO (Programa de Vacaciones para Mayores y para mantenimiento del empleo en zonas turísticas. Temporada 2009-2010) en:

http://www.imserso.es/imserso_01/envejecimiento_activo/vacaciones/index.htm

4.1.5 Minimising resource use and the production of waste. (maximum 1000 characters)

Esta tarea corresponde a los Ayuntamientos y a las Comunidades Autónomas y la implantación de sistemas de reciclaje difiere enormemente de unas Comunidades y de unas entidades locales a otras.

Cabe recordar, en todo caso, que el Parlamento Europeo aprobó en 2009 la revisión de la etiqueta ecológica comunitaria, con la que se distinguen los productos respetuosos con el medio ambiente, para que pudiesen optar a ella un mayor número de bienes y servicios. En el ámbito turístico, se definieron los criterios de concesión de etiqueta ecológica para servicios de alojamiento turístico. En el caso de España, la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) es el organismo competente para la tramitación de solicitudes. Además, es la entidad encargada de evaluar el informe técnico del producto o servicio (en el caso que nos ocupa) y los resultados que determinan el cumplimiento de los criterios ecológicos que correspondan a ese producto o servicio.

4.1.6 Conserving and giving value to natural and cultural heritage. (maximum 1000 characters)

La Secretaría de Estado de Turismo (SET) destinó el pasado año 270.000 euros para promover la adhesión de nuestro patrimonio natural a la **Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos**. En la actualidad, existen en España 21 espacios naturales protegidos acreditados con la CETS y se prevé que en 2010 sean un total de 28. Recientemente la UE definió un nuevo sistema de adhesión para distinguir, en los espacios ya acreditados, a aquellos empresarios que se esfuerzan por hacer sostenible su actividad y colaborar con los gestores del espacio. El nuevo sistema de adhesión va dirigido a empresas turísticas de alojamiento, restauración y actividades complementarias (turismo activo, turismo de naturaleza, empresas de transporte turístico...) que estén ubicadas en los ámbitos de aplicación de los espacios acreditados con la CETS.

Durante 2008 se logró que 69 empresas turísticas de 6 parques naturales obtuviesen este sello europeo. Con las que se adhieran gracias a la labor ejercida por la SET en 2009, se prevé llegar a las 200 empresas adheridas dentro de muy poco.

Cabe mencionar aquí de nuevo la labor de **Paradores de Turismo**, sociedad anónima de capital público con ocho décadas de historia y que en la actualidad gestiona más de 90 establecimientos hoteleros. Muchos Paradores se hallan ubicados en reservas naturales y en edificios históricos, como castillos, palacios, conventos y monasterios.

Asimismo muchas Diputaciones Provinciales lideran proyectos en los que participan las distintas Consejerías de Turismo, y con los que se fomenta el conocimiento y respeto del patrimonio cultural, con iniciativas como la creación de redes de restaurantes de gastronomía tradicional, entre otras.

4.1.7 Making holidays available to all. (maximum 1000 characters)

La Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la consultora MHI Turismo, gestionan el "Plan de Accesibilidad Turística" (PAT), (iniciativa promovida por el mencionado "horizonte 2020"), para favorecer el acceso de las personas con movilidad reducida o con algún tipo de discapacidad a los principales centros turísticos.

Para más información:

<http://www.planaccesibilidadturistica.es/>

4.2 As key challenges may change over time, please identify any other areas that are *becoming a new challenge*. (maximum 1000 characters)

Debido a los **problemas de liquidez** ocasionados por la crisis financiera internacional y con el fin de hacer frente a la desaceleración económica, entre 2009 y el presente 2010, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha puesto a disposición de las empresas turísticas 1.900 millones de euros en créditos a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO). De ellos, 1.000 correspondían al Plan de Renovación de Instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo 2009) para infraestructuras hoteleras, que perseguía modernizar la oferta turística de alojamiento, restauración o complementaria. En una primera fase se puso a disposición de los empresarios 600 millones, que se adjudicaron por completo en 23 días, mientras que en una segunda se añadieron otros 400 millones, que se agotaron en tan sólo una semana. Los restantes 900 millones corresponden al Plan FuturE 2009 y al nuevo **Plan FutureE 2010** (aprobado en enero), ambos con el objetivo de la puesta en marcha de medidas relacionadas con la protección del medio ambiente y la eficiencia energética. En la primera fase del FuturE se adjudicaron 500 millones, de los que 100 se destinaron a Canarias, una de las comunidades que más está sufriendo el estancamiento del turismo internacional.

El FuturE ha ido agotando su fondo de forma más escalonada. De los 400 primeros millones aprobados en julio, descontada la aportación a Canarias de 100 millones, se adjudicaron 300 en cinco meses. Recientemente (enero de 2010) se ha dado continuidad y más fondos (400 millones) al FuturE, que pasa a llamarse FuturE 2010. Además se han introducido mejoras para hacerlo más atractivo. La principal novedad está en que la nueva línea financiará hasta el 100% de los proyectos, a diferencia de la anterior en la que sólo se podía financiar hasta el 90%. El plazo de amortización se mantiene en doce años y el importe máximo de financiación será de hasta dos millones de euros. La línea estará vigente hasta el 20 de diciembre de 2010. El interés de cesión del ICO a las entidades de crédito será Euribor a seis meses más diferencial (máximo de 0,55%) menos el 1%. El tipo de cesión nunca será inferior al 0%. Las entidades financieras podrán aplicar hasta un 1,5% sobre las operaciones de préstamo y no podrán cobrar cantidad alguna adicional en concepto de comisiones.

El Plan FuturE tendrá en consideración variables medioambientales y de desarrollo sostenible, con el objetivo de consolidar la posición del turismo español en cuanto a uso racional de la energía, utilización de energías renovables, reducción de la huella hídrica y gestión de residuos.

4.3 Please identify and describe one **SPECIFIC INITIATIVE** (i.e. how it worked, difficulties and problems encountered, solutions and success factors), which is related to the 7 key challenges, that is **INNOVATIVE/SUCCESSFUL** and which would be of interest to or of help to other Member States. (maximum 2 pages)

En el marco del Plan de Turismo Español Horizonte 2020, en julio de 2009, el Consejo de Ministros aprobó el **Plan de Promoción Internacional del Turismo Enogastronómico** y encomendó al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio el impulso, dentro del mismo Plan, del Club de Producto "Saborea España", así como la organización del I Congreso Europeo sobre Gastronomía y Turismo. El coste de este Acuerdo para 2009 y 2010 se estima en unos nueve millones de euros; distribuidos entre dos millones en 2009 y siete millones en 2010. El desarrollo y promoción del Plan, en la parte correspondiente a Turespaña, tendrá tres ejes diferenciados:

- Plan de Marketing del Turismo Enogastronómico en los principales mercados internacionales (Fase de lanzamiento 2009-2010) de Europa, América y Asia
- I Congreso Europeo sobre Turismo y Gastronomía que se llevará a cabo durante la Presidencia Española de la Unión Europea, y tendrá lugar en Madrid el próximo mes de abril.
- Apoyo al Club de producto turístico "Saborear España"

El sub-proyecto gastronómico "**Saborea España**" (**Tasting Spain**) pretende diversificar la imagen internacional de España para incrementar su competitividad en el mercado turístico internacional.

Se trata de una iniciativa conjunta de la Federación Española de Hostelería (FEHR), en colaboración con sus 75 asociaciones de empresarios de hostelería en toda España, y la Asociación Española de Destinos para el Desarrollo del Turismo Gastronómico (AEDDTG). La iniciativa, aún en fase de desarrollo, está recibiendo muy buena acogida. A los siete destinos turísticos que, junto con los colectivos empresariales han sido promotores del proyecto, se les podrán sumar, a lo largo del 2010, una serie de destinos españoles que mostraron su interés formal en incorporarse al proyecto. El objetivo es que a finales del 2010 pudieran formar parte del colectivo entre quince y veinte localidades españolas.

"Saborea España" diseña nuevos eventos gastronómicos que permiten la confección de un catálogo de productos turísticos que tengan como base la experiencia gastronómica y determinen la elección del destino España para aquellos turistas cuyo principal motivo de viaje es la gastronomía. El turismo gastronómico es uno de los principales ejes de la promoción turística de España en el exterior. El convenio, con una vigencia de tres años, está trabajando la cultura gastronómica española vinculada al territorio, bajo la marca "Saborea España".

El pasado mes de enero fue aprobado el plan de trabajo para 2010, que incluye una nueva plataforma web, un informe de diagnóstico gastronómico de España y el diseño y desarrollo de experiencias turísticas innovadoras.

5. MECHANISMS FOR IMPLEMENTATION

The "Agenda" identified three mechanisms for its implementation: sustainable destinations, sustainable businesses and responsible tourists.

5.1 Sustainable destinations: What support is given to strengthen destination management at the regional/destination level (supportive policy environment, knowledge networks, training programmes, establishment of measures/indicators for benchmarking, etc.)? (maximum 1000 characters)

El carácter interdisciplinar del turismo, con conexiones en materias como ordenación del territorio y planeamiento urbanístico, protección del medio ambiente, patrimonio cultural e histórico, transportes y comunicaciones, ocio y deporte, entre otras, ha determinado que sean varios los poderes públicos actuantes en esta materia, produciéndose una traslación del ordenamiento desde el Estado hacia las Comunidades Autónomas (CCAA). La coordinación entre las CCAA y el Estado se articula en la **Mesa de Directores**, órgano multilateral formado por el Secretario de Estado de Turismo y los Directores Generales de Turismo de todas las CCAA.

A nivel nacional cabe mencionar aquí el nuevo **Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local**, (más conocido como Plan español para el estímulo de la economía y el empleo 2010), aprobado el pasado 26 de octubre, que prioriza las inversiones turísticas dentro del conjunto de operaciones financiadas por parte de municipios. La Secretaría de Estado de Turismo colabora con la Federación Española de Municipios y Provincias en una campaña informativa a los ayuntamientos a través de un folleto digital que ayudará a prever actuaciones con relevancia turística. Ejemplos de actuaciones financiadas en materia turística con cargo al Fondo de Sostenibilidad:

- Actuaciones de promoción de la sostenibilidad económica: infraestructuras de innovación y desarrollo tecnológico como desarrollo de redes inalámbricas de acceso Wifi en lugares de interés turístico.
- Actuaciones de modernización de la administración turística: desarrollo de proyectos que permitan la informatización de procedimientos administrativos en materia turística para facilitar la relación ciudadano-turista-Administración Local.
- Actuaciones de sostenibilidad ambiental en zonas de interés turístico: medidas de ahorro y eficiencia energética: renovación de generadores de calor y frío en edificios y monumentos públicos, instalación de sistemas de control y regulación térmica, climatización de piscinas con biomasa, instalaciones de energía solar térmica en zonas de baño municipales, etc.
- Actuaciones de movilidad turística sostenible con el fomento del transporte público, el uso de la bicicleta o rutas a pie. Carriles bicicleta en áreas turísticas y desarrollo de rutas cicloturísticas. Construcción de las infraestructuras necesarias (puntos de recogida y entrega) para la puesta en marcha de un sistema público de préstamo de bicicletas que puedan utilizar los turistas. Peatonalización de rutas turísticas urbanas y supresión de barreras arquitectónicas.
- Actuaciones del ciclo integral del agua en el sector turístico: instalación de sistemas de ahorro de agua en grifos, duchas, inodoros, etc.
- Gestión y tratamiento de residuos urbanos con criterios de sostenibilidad: instalación de contenedores soterrados en zonas turísticas especialmente sensibles al impacto visual.
- Actuaciones de valorización sostenible de la costa española, playas y áreas naturales: proyectos de mejora y conservación de espacios protegidos, de la costa y el interior, en áreas de especial interés turístico; desarrollo de estructuras sistémicas de espacios verdes; regeneración de playas... etc.

5.2 Sustainable businesses: What support is given to strengthen the sustainability and competitiveness of businesses (supportive policy environment, orientation of business support services to sustainability, training, financial incentives, etc.)? (maximum 1000 characters)

Recientemente el Consejo de Ministros autorizó la firma del convenio de colaboración entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y el Instituto de Crédito Oficial (ICO) para financiar el **Plan FuturE 2010**, dotado con 400 millones de euros. La nueva línea de crédito, comentada anteriormente, financiará actuaciones para la mejora de la eficiencia energética de instalaciones turísticas que impliquen ahorro de energía o agua, así como la implantación de nuevas tecnologías y sistemas de calidad, entre otros aspectos.

El Plan FuturE 2010, permite la financiación de hasta el 100% de los proyectos de inversión empresariales, impuestos incluidos. La Secretaría de Estado de Turismo ya puso a disposición del sector el año pasado 1.500 millones de euros a través del plan Renove Turismo y el FuturE 2009.

Los fondos estarán disponibles hasta el 20 de diciembre de 2010 o hasta su agotamiento y podrán ser beneficiarias las empresas propietarias o que exploten establecimientos hoteleros, apartamentos y campamentos turísticos, alojamientos rurales, establecimientos de restauración, agencias de viajes y centros de oferta turística complementaria.

Los interesados podrán solicitar hasta dos millones de euros, en una o varias operaciones, con cargo al Plan FuturE 2010, que financiará el 100% de la inversión solicitada, impuestos incluidos. El interés de cesión del ICO a las Entidades de Crédito será Euríbor a seis meses más diferencial (máximo de 0,55%) menos 1%, y el tipo de cesión nunca será inferior al 0%.

5.3 Responsible tourists: What support is given to promote responsible choices by tourists (e.g. sustainability in education, national marketing and media campaigns, promotion of certification schemes)? (maximum 1000 characters)

En el Plan 2020 se recoge lo que en el sector turístico, se entiende por "Responsabilidad Social", como la correspondencia entre objetivos económicos, sociales y ambientales, y la estrategia empresarial, al objeto de fomentar la transparencia de la comunicación del sector con la sociedad, así como un equilibrio entre los intereses de las diferentes partes involucradas en la actividad turística: clientes, comunidad receptora, instituciones públicas, empleados de las empresas turísticas y de los trabajadores de las empresas vinculadas al sector. La importancia actual de la Responsabilidad Social responde al cambio que se viene produciendo desde hace unos años en el ámbito empresarial, siendo evidente el hecho de que el beneficio económico (a corto plazo) es inseparable del beneficio social y ecológico (a medio y largo plazo). Reforzar los procesos estratégicos de los destinos turísticos. En la actual fase de desarrollo del sector turístico en España, la mejora de la sostenibilidad del Modelo Turístico español debe alcanzarse actuando a dos niveles: reforzando los procesos de planificación y gestión, que deben garantizar que en el futuro no se reproduzcan los errores del pasado, y adaptando los destinos turísticos a los nuevos requerimientos de la demanda.

En el proyecto de Espacio Natural protegido con CETS los turistas podrán disfrutar de una experiencia singular y sostenible al elegir a los establecimientos adheridos como opción segura de negocios que apuestan por el desarrollo turístico sostenible del espacio protegido donde se ubican, conociendo específicamente las medidas que han puesto en marcha para conseguirlo. Los turistas se aseguran así de que su gasto turístico se dirige a empresas que contribuyen al desarrollo sostenible del territorio que visitan.

6. DATA AND INDICATORS

Eurostat will provide, as an annex, the key statistical data required to support the reporting process covering around 20 indicators² (see appendix for a provisional list). These are mainly related to the aim of 'economic prosperity'.

Please, identify indicators that are being used or developed at national / regional level which could add to the range of information being provided by Eurostat, particularly in relation to social and environmental issues (e.g. other indicators from the TSG report, visitors/ residents satisfaction). (maximum 1000 characters)

SISTEMA BÁSICO DE INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS

INDICE

Gestión energética

- 1 Consumo de energía per cápita
- 2 Consumo de energía eléctrica atribuible al turismo

Disponibilidad y conservación de agua

- 3 Consumo de agua potable per cápita
- 4 Consumo de agua atribuible al turismo
- 5 Pérdidas de agua potable
- 6 Consumo de agua reutilizada

Tratamiento de las aguas residuales

- 7 Capacidad de depuración
- 8 Volumen de aguas residuales generadas

Gestión de residuos sólidos

- 9 Generación de residuos per cápita
- 10 Generación de residuos atribuibles al turismo
- 11 Residuos reciclados

Calidad del aire

- 12 Percepción de la calidad del aire por parte de la población

Ruido ambiental

- 13 Ruido ambiental

Estacionalidad del turismo

- 14 Desempleo en temporada baja

Control del desarrollo turístico y urbanístico

- 15 Superficie suelo protegido
- 16 Factor de antropización turística
- 17 Presión humana prevista

Control de la intensidad de uso turístico

- 18 Entrada de turistas
- 19 Peso del turismo

Gestión del tráfico y movilidad

- 20 Grado de motorización del municipio

Satisfacción de los turistas

- 21 Turistas que volverían al destino
- 22 Establecimientos con sistemas de calidad y medioambiental certificados

² These indicators have been selected from the 50 TSG indicators on the basis of the possibility to calculate them for the EU Member States via existing statistics.

Gestión de eventos turísticos

23 Residuos generados en el evento

Satisfacción de los residentes con el turismo y sus efectos sobre la comunidad

24 Satisfacción de los residentes con la gestión municipal en materia turística

Beneficios económicos del turismo

25 Propiedad de los negocios turísticos

26 Gasto municipal destinado al turismo

27 Estacionalidad del empleo turístico

INDICADORES ADICIONALES

INDICE

28 Consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables por parte del sector público

29 Población residente no conectada a red

30 Aguas residuales no tratadas

31 Plazas turísticas

32 Zonas peatonales en casco urbano

33 Superficie verde urbana

34 Densidad de turistas

35 Percepción sobre la masificación del destino

36 Cobertura del transporte público

37 Nivel de satisfacción del turista

38 Percepción de la relación calidad-precio

39 Turistas que recomendarían el destino

40 Sanciones a establecimientos turísticos en materia de sanidad e higiene

41 Percepción sobre los efectos positivos en la Comunidad

42 Conservación de la cultura autóctona

43 Cambio de ocupación

44 Peso del empleo turístico

INDICADORES ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

45 Pernoctaciones mensuales en establecimientos turísticos

46 Tasa de ocupación establecimientos turísticos

47 Duración media de la estancia

48 Personal ocupado en establecimientos turísticos

49 Consumo de energías renovables en establecimientos turísticos

50 Concienciación de los establecimientos turísticos en materia de eficiencia energética

51 Consumo de agua de los establecimientos turísticos

52 Concienciación de los establecimientos turísticos en materia de agua

53 Recogida selectiva de residuos por los establecimientos turísticos

54 Establecimientos turísticos cerrados en temporada baja

55 Plazas turísticas adaptadas

7. COMPLEMENTARY ADDITIONAL INFORMATION

If necessary use the following box to provide additional complementary information that has not already been covered.

July 31th 2008

APPENDIX

PRINCIPLES FOR THE SUSTAINABILITY OF TOURISM:

- **Taking a holistic and integrated approach**

All the various impacts of tourism should be taken into account in its planning and development. Furthermore, tourism should be well balanced and integrated with a whole range of activities that affect society and the environment.

- **Planning for the long term**

Sustainable development is about taking care of the needs of future generations as well as our own. Long term planning requires the ability to sustain actions over time.

- **Achieving an appropriate pace and rhythm of development**

The level, pace and shape of development should reflect and respect the character, resources and needs of host communities and destinations.

- **Involving all stakeholders**

A sustainable approach requires widespread and committed participation in decision making and practical implementation by all those implicated in the outcome.

- **Using best available knowledge**

Policies and actions should be informed by the latest and best knowledge available. Information on tourism trends and impacts, and skills and experience, should be shared across Europe.

- **Minimising and managing risk – the precautionary principle**

Where there is uncertainty about outcomes, there should be full evaluation and preventative action should be taken to avoid damage to the environment or society.

- **Reflecting impacts in costs – user and polluter pays**

Prices should reflect the real costs to society of consumption and production activities. This has implications not simply for pollution but for charging for the use of facilities that have significant management costs attached to them.

- **Setting and respecting limits, where appropriate**

The carrying capacity of individual sites and wider areas should be recognised, with a readiness and ability to limit, where and when appropriate, the amount of tourism development and volume of tourist flows.

- **Undertaking continuous monitoring**

Sustainability is all about understanding impacts and being alert to them all the time, so that the necessary changes and improvements can be made.

LIST OF INDICATORS (these indicators will be calculated by EUROSTAT)

The following list of indicators was presented to the June 2008 TSG meeting by EUROSTAT.

Please note that the list of indicators as presented below is not yet final (some indicators may still be dropped).

- 1a** Annual number of nights spent at collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS2)
- 1b** Monthly number of nights spent at collective accommodation establishments
- national level
- 3a** Number of collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS3) and by type of establishment (Hotels and similar establishments ; Other collective accommodation establishments (total) ; Tourist campsites ; Holiday dwellings ; Other collective accommodation not elsewhere specified)
– annual data
- 3b** Number of bedplaces in collective accommodation establishments, broken down by region (NUTS3) and by type of establishment (Hotels and similar establishments ; Other collective accommodation establishments (total) ; Tourist campsites ; Holiday dwellings ; Other collective accommodation not elsewhere specified)
– annual data
- 4a** Monthly gross occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
- national level
- 4b** Monthly net occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
- national level
- 5a** Total turnover [or year-on-year growth rate] of selected tourism-related industries, broken down by industry (total horeca ; hotels, camping sites, other provision of short-stay accommodation) and by employment size class (1 employee ; between 2 and 9 ; between 10 and 19 ; between 20 and 49 ; between 50 and 249 ; 250 employees or more)
– annual data, national level
- 5b** Total turnover [or year-on-year growth rate] of selected tourism-related industries, broken down by industry (Hotels and restaurants ; Hotels, camping sites, other provision of short-stay accommodation ; Restaurants, bars, canteens and catering ; Activities of travel agencies and tour operators, tourist assistance activities not elsewhere classified)
– annual data, national level)
- 6a** Tourism receipts from inbound tourism ('travel item' from the Balance of Payments)
– annual data, national level
- 6b** Ratio tourism receipts from inbound tourism in relation to tourism expenditure on outbound tourism
– annual data, national level
- 6c** Tourist expenditure by residents on holiday trips with at least one overnight stay, broken down by destination (total ; domestic trips ; outbound trips within the EU ; outbound trips outside the EU)
– annual data, national level
- 8a** Variation of the ratio monthly gross versus net occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments
– national level
- 9a** Ratio of net [or gross] occupancy rate of bedplaces in hotels and similar establishments between the busiest and the least busy month
– national level

- 10a** Number of bedplaces at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by region (NUTS3)
– annual data
- 11a** Number of nights spent at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants [or in comparison to local inhabitants nights, i.e. number of inhabitants x 365], broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 11b** Number of arrivals at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 11c** Monthly number of nights spent at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants [or in comparison to local inhabitants nights, i.e. number of inhabitants x number of days in the month], broken down by country of origin (residents ; non-residents)
– national level
- 11d** Monthly number of arrivals at collective accommodation establishments per 1000 (local) inhabitants, broken down by country of origin (residents ; non-residents)
– national level
- 12a** Average length of stay at collective accommodation establishments, broken down by country of origin (residents ; non-residents) and by region (NUTS2)
– annual data
- 12b** Number of holiday trips of 4 nights or more by EU residents, broken down by length of stay (From 4 to 7 nights ; From 8 to 14 nights ; From 15 to 28 nights ; From 29 to 91 nights ; From 92 to 365 nights) and by destination (domestic ; outbound)
– annual data, national level (country of residence of the tourist)
- 12c** Number of tourism trips with overnight stays by EU residents, broken down by length of stay (1 to 3 nights ; 4 nights or more), by destination (domestic ; outbound) and by purpose of the trip (holidays ; business)
- quarterly data, national level (country of residence of the tourist)
- 14a** Number of tourism trips of 4 nights or more by EU residents, broken down by main means of accommodation used (air ; sea ; land (total) ; railway ; bus, coach ; private and hired vehicles ; other) and by destination (domestic ; outbound)
– annual data, national level (country of residence of the tourist)
- 16a** Number of persons employed in [or share in total employment of] the tourist accommodation sector, broken down by type of contract (fulltime ; parttime ; permanent ; temporary), by age group, by gender, by educational level, by average seniority of work with the same employer
- quarterly data, national level
- 17a** Ratio of the number of persons employed in the tourist accommodation sector in the peak season (quarter) compared to the lowest season (quarter)
- national level
- 18a** Ratio of the mean hourly earnings in the horeca sector compared to the total private sector (local units of enterprises with 10 or more employees), broken down by gender, age, employment contract, educational level, length of service with the enterprise
- 4-yearly data, national level
- 18b** Ratio of the mean hourly labour cost in the horeca sector compared to the total private sector (local units of enterprises with 10 or more employees), broken down by region (NUTS1)
- 4-yearly data

45 a Share of households that can't afford one week annual holiday away from home
- annual data, national level (country of residence of the household)