

Enmienda 1**Marie-Christine Arnautu**

en nombre del Grupo ENF

Informe**A8-0258/2015****Isabella De Monte**Nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa
2014/2241(INI)**Propuesta de Resolución alternativa (artículo 170, apartado 4, del Reglamento) a la propuesta de Resolución no legislativa A8-0258/2015****Resolución del Parlamento Europeo sobre nuevos desafíos y estrategias para promover el turismo en Europa**

El Parlamento Europeo,

- Vista la Comunicación de la Comisión titulada «Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo» (COM(2010)0352),
- Vista su Resolución, de 27 de septiembre de 2011, sobre Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo¹,
- Vista la Comunicación de la Comisión titulada «Una estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo» (COM(2014)0086),
- Visto el Libro Verde de la Comisión titulado «Seguridad de los servicios de alojamiento turístico» (COM(2014)0464),
- Vista la Comunicación de la Comisión Europea titulada «Legislar mejor para obtener mejores resultados - Un programa de la UE» (COM(2015)0215),
- Vista su Resolución, de 25 de octubre de 2011, sobre la movilidad y la inclusión de las personas con discapacidad y la Estrategia Europea sobre Discapacidad 2010-2020²,
- Vista la Resolución del Consejo, de 6 de mayo de 2003, sobre la accesibilidad de las infraestructuras y las actividades culturales para las personas con discapacidad³,
- Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), y en particular su artículo 195,
- Visto el artículo 52 de su Reglamento,

¹ DO C 56 E de 26.2.13, p. 41.

² DO C 131 E de 8.5.13, p. 9.

³ DO C 134 de 7.6.2003, p. 7.

- Vistos el informe de la Comisión de Transportes y Turismo y las opiniones de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor y de la Comisión de Cultura y Educación (A8-0258/2015),
- A. Considerando que las medidas adoptadas a escala de la UE con arreglo al artículo 195 del TFUE deben complementar la acción de los Estados miembros en el sector turístico, con exclusión de toda armonización de las disposiciones legales;
- B. Considerando que el turismo es un posible polo de crecimiento fundamental de la economía europea, que genera más del 10 % del PIB de la UE si se tienen en cuenta los sectores vinculados al turismo; Considerando que el turismo también es un motor de empleo sólido, ya que emplea directamente a 13 millones de trabajadores y, por consiguiente, representa al menos el 12 % de los puestos de trabajo;
- C. Considerando que Europa es el primer destino turístico del mundo, con una cuota de mercado del 52 %; considerando que las estadísticas muestran que la mayoría de los ciudadanos de la UE que viajan al extranjero lo hacen dentro de la UE, y que el número de turistas internacionales que visitan la UE aumentará en 140 millones al año hasta 2025;
- D. Considerando que el turismo representa una importante actividad socioeconómica en la Unión Europea, con un impacto de amplio alcance para el crecimiento económico, el empleo y los avances sociales, y que, por lo tanto, puede ser fundamental para hacer frente a la crisis económica y de empleo actual;
- E. Considerando que el turismo costero y marítimo constituye la principal actividad marítima de Europa, y que representa más de una tercera parte de la economía marítima, con repercusiones directas en otros muchos sectores de la economía de la UE, y emplea a 3,2 millones de personas, en su mayoría jóvenes de 16 a 35 años; considerando que cabe igualmente destacar que este sector ha actuado como palanca para el crecimiento y la creación de empleo, en especial en las regiones del Atlántico y el Mediterráneo;
- F. Considerando que las prioridades de la política turística contribuyen, por lo menos, a tres de las prioridades de la Comisión de Juncker, en concreto a un crecimiento y a puestos de trabajo duraderos, a un mercado único digital conectado y a un mercado interior más profundo y más justo;
- G. Considerando que las acciones previstas en la Comunicación de la Comisión de 2010 titulada «Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo», persiguen el ambicioso objetivo de mantener la posición dominante de Europa como destino turístico a escala mundial;
- H. Considerando que el turismo no dispone de ninguna línea específica en el presupuesto europeo, y que las acciones en este ámbito se distribuyen entre varios fondos, proyectos piloto y acciones preparatorias;
- I. Considerando que la industria europea del turismo hace frente a una serie de retos, entre ellos un aumento de la inseguridad de la infraestructura asociada a la movilidad;

- J. Considerando que los responsables de la política de turismo pueden abordar los retos como los cambios demográficos y la estacionalidad en el turismo desarrollando productos y servicios que satisfagan las necesidades específicas del creciente número de personas de edad avanzada que pueden viajar durante la temporada baja;
- K. Considerando que las pymes del sector turístico se enfrentan a dificultades significativas como resultado de una pesada carga reglamentaria;
- L. Considerando que los conflictos cerca de las fronteras de la UE, como en Ucrania y en Oriente Próximo, junto con las amenazas terroristas, tienen un impacto negativo para el sector turístico, por lo que requieren medidas de freno tanto a escala nacional como europea;
- M. Considerando que el turismo que está en consonancia con la naturaleza y el paisaje y con destinos urbanos y que se basa en el uso eficiente de los recursos contribuye a preservar el entorno local, en particular en las regiones de montaña y costeras y las islas, participa en el crecimiento regional, da respuesta a las crecientes demandas de calidad por parte de los viajeros y ayuda a las empresas a competir, pero sigue siendo una forma cara de hacer turismo y, por tanto, minoritaria;
- N. Considerando que el turismo cultural europeo desempeña un papel importante dentro de la promoción de la rica diversidad cultural de Europa, refuerza la identidad europea y fomenta los intercambios interculturales y la comprensión multicultural;
- O. Considerando que las regiones desempeñan un papel fundamental en el desarrollo y la aplicación de políticas relacionadas con el turismo a nivel regional;
- P. Considerando que la economía colaborativa representa un giro hacia los nuevos modelos empresariales como resultado de la nueva tecnología en constante evolución, y que muchas de las empresas de la economía colaborativa forman parte del sector de servicios de viaje;
- Q. Considerando que, aunque la información está dispersa y, por lo tanto, resulta complicado llegar a conclusiones firmes, lo más probable es que el impacto económico del consumo colaborativo tenga un efecto positivo para el crecimiento económico y el bienestar;
- R. Considerando que la oferta de servicios de alto estándar y la protección de los derechos de los consumidores debe suponer la más alta prioridad para todos que prestan servicios relacionados con el turismo, incluidos los que trabajan en el marco de la economía colaborativa y que utilizan las herramientas más innovadoras de internet;
- S. Considerando que el sector de los viajes y del turismo es uno de los que más se han visto afectados por la digitalización, lo que genera una serie de oportunidades para las empresas de viajes de Europa y de todo el mundo;

Marco de acción de la Comisión

1. Pide a la Comisión que informe al Parlamento y a los Estados miembros de la

- aplicación de las acciones establecidas en su Comunicación de 2010 anteriormente citada y sobre la utilización de la dotación presupuestaria en el marco de los Fondos Estructurales y de los correspondientes programas de la UE, en particular el Programa Marco para la innovación y la competitividad y el Programa para la Competitividad de las Empresas y para las Pequeñas y Medianas Empresas (COSME), así como sus respectivos proyectos piloto y acciones preparatorias, en una revisión de carácter fáctico que incluya una evaluación de la eficacia de las acciones para promover el turismo y para consolidar la competitividad del sector del turismo de la UE;
2. Insta a la Comisión a que examine la posibilidad de crear una rúbrica exclusiva para el turismo en el próximo marco financiero plurianual, teniendo en cuenta que el turismo debería estar mejor reconocido como una actividad económica individual en términos de presupuesto y acciones, en lugar de estar financiada con cargo a los presupuestos de otros ámbitos políticos;
 3. Recuerda que los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FEIE) siguen siendo en algunos Estados miembros la mayor fuente de financiación exterior de las actividades destinadas a estimular el sector turístico; insta, por consiguiente, a la Comisión Europea a que garantice una transparencia mayor sobre el uso de los Fondos Estructurales por parte de las administraciones locales;
 4. Pide a la Comisión, a los Estados Miembros, a las regiones y a las autoridades responsables en materia de turismo así como a las empresas, y en particular a las pymes, que hagan el máximo uso posible de las nuevas oportunidades de financiación que ofrece el Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas, en especial, a través de los bancos nacionales y regionales de inversión con el fin de dar un salto cualitativo de la acción de la UE en favor del turismo;
 5. Insta a la Comisión y a los Estados miembros a que fomente el desarrollo de escenarios piloto relacionados con el turismo en el marco del programa Horizonte 2020;
 6. Pide a la Comisión que traduzca la Guía de ayuda a la financiación a las 24 lenguas oficiales de la Unión, con el fin de facilitar el acceso a la información sobre posibilidades de financiación, en particular para las pymes, dado que el acceso a la financiación representa uno de los obstáculos a los que se enfrenta el sector;
 7. Pide a la Comisión que designe a expertos independientes para evaluar el impacto de otras políticas de la UE en el turismo y analizar las amenazas reales y posibles para el turismo derivadas de los conflictos de los países y regiones de la vecindad de la UE, y que informe al Parlamento al respecto, presentando propuestas de medidas destinadas a fomentar el efecto positivo y a reducir el negativo para el turismo;
 8. Espera que la Comisión presente un resumen de datos actualizados, según lo previsto en el nuevo Reglamento relativo a las estadísticas sobre turismo;
 9. Señala que deben realizarse esfuerzos adicionales para establecer un enfoque integrado para el turismo, garantizando que se tienen en cuenta los intereses y las necesidades de este sector a la hora de formular y aplicar otras políticas de la UE (por ejemplo, política de transporte, política rural, etc.);

10. Pide a la Comisión, en cooperación con las autoridades de los Estados miembros que presente una nueva estrategia sobre turismo en la UE que reemplace a la Comunicación de 2010 o la actualice;
11. Espera que la Comisión presente medidas de ejecución detalladas para el nuevo conjunto de acciones comunes en el contexto del próximo Foro Europeo del Turismo;
12. Hace hincapié en la importancia de la coordinación entre los servicios y departamentos de la Comisión;
13. Insta a la Comisión a estudiar una reducción de la carga reglamentaria desproporcionada que tiene un impacto negativo en la competitividad de las pymes en el sector turístico; pide a la Comisión y a los Estados miembros que reduzcan y no incrementen la carga reglamentaria actual;
14. Recuerda a la Comisión que el turismo es un sector clave de la economía europea y que, por lo tanto, resulta necesario mejorar considerablemente la coordinación entre Estados miembros, entes regionales y locales e instituciones financieras y crear sinergia entre los sectores turísticos públicos y privados; pide a la Comisión que se comprometa a buscar un mecanismo para una coordinación y una cooperación eficaces en el sector;
15. Considera que la UE debe desarrollar, en el marco de la política de cooperación y de buena vecindad, acciones de cooperación para el desarrollo del turismo en terceros países con el objetivo de permitir un desarrollo equilibrado de sus economías que ayudarán asimismo a aliviar las tensiones en el área de vecindad y a mejorar el atractivo de la región y la afluencia de turistas a la misma;
16. Pide a la Comisión que presente un análisis sobre las ventajas y desventajas de la creación de una Agencia Europea de Turismo;

Estrategia de marca/promoción conjunta de países europeos como destino turístico

17. Anima enérgicamente a la Comisión a que, en colaboración con la Comisión Europea del Turismo (ETC) y los Estados miembros, siga contribuyendo a garantizar que Europa se mantenga como primer destino turístico del mundo;
18. Pide en particular la creación de una marca «Destino(s) países europeos» con el objetivo de complementar y reforzar las actividades de promoción de las organizaciones de turismo que operan a escala nacional, regional, transfronteriza y local, y de la industria europea del turismo en beneficio de la visibilidad y la competitividad de los destinos turísticos europeos, en particular en los mercados de larga distancia; subraya que la marca «Destino(s) países europeos» requiere un enfoque integrador que genere ventajas tanto para los destinos europeos ya establecidos como para los menos conocidos preservando al mismo tiempo la diversidad inherente de las diferentes regiones europeas que viven de su propia marca territorial, y que es necesario respetar plenamente las competencias de los Estados miembros;
19. Reconoce que es necesario definir claramente objetivos comunes y analizar el potencial y el valor añadido de una marca «Destino(s) países europeos», con arreglo a las

- necesidades y los requisitos específicos expresados por los Estados miembros; considera que, para lograr esos resultados, es necesario realizar consultas detalladas con la industria, las organizaciones de turismo y las autoridades regionales y locales; recomienda elaborar un manual relativo a la marca que especifique las modalidades de promoción acordadas;
20. Recomienda que se tenga en cuenta el modo en el que el sector privado puede participar en la estrategia de comercialización de la marca «Destino(s) países europeos», y la forma en la que puede contribuir a la financiación del desarrollo y los objetivos de la estrategia; subraya la importancia de las asociaciones público-privadas y propone, en consecuencia, la elaboración de un programa de asociación especial para el turismo; pide a los Estados miembros que hagan participar a sus respectivas entidades regionales y locales en este proceso, y que cooperen de manera constructiva con la industria con el fin de alcanzar esos objetivos;
 21. Pide el fortalecimiento de la marca «Destino(s) países europeos» como la región vacacional del mundo más orientada a las familias, los niños y todas las generaciones;
 22. Considera esencial que la marca «Destino(s) países europeos» tenga como uno de sus elementos claves la seguridad del turista; pide, por consiguiente, a las autoridades de los Estados miembros que, en estrecha colaboración con la Comisión, apliquen estrategias (incluidas campañas de información al turista), que tengan como objetivo ofrecer a los turistas una experiencia lo más segura posible en los destinos turísticos europeos;

Cooperación europea en productos turísticos

23. Opina que las partes interesadas de los sectores público y privado deben esforzarse más por desarrollar nuevos productos, teniendo plenamente en cuenta las estrategias macrorregionales; señala que las macrorregiones como la macrorregión adriático-jónica ofrecen bases naturales, culturales e históricas distintivas para el desarrollo de estos productos; pide a las partes interesadas públicas y privadas de la estrategia macrorregional de la UE para el Báltico, el Danubio, la región adriático-jónica y la región alpina que diseñen, cada una en su área, estrategias conjuntas para el desarrollo del turismo;
24. Anima a la cooperación internacional en la creación de itinerarios temáticos (a nivel de un número superior de países europeos) con el fin de amplificar los elementos experienciales que motivan las visitas a determinados destinos (definidos a nivel estatal), de aumentar la movilidad de los turistas, lograr un gasto medio superior y ampliar la plataforma de promoción (en especial en lo relativo a visitantes de mercados de entrada «de larga distancia»);
25. Resalta el aumento de la competencia internacional, con la aparición de destinos fuera de Europa; considera, por consiguiente, que es esencial fomentar una cooperación más estrecha entre los destinos europeos a través de agrupaciones de empresas y redes en el ámbito del turismo a escala local, regional, nacional y transnacional y en las cuencas marinas;
26. Reconoce la importancia de productos turísticos transnacionales para la promoción de la

- cohesión territorial; manifiesta, por lo tanto, su convencimiento de que las iniciativas llevadas a cabo dentro de marcos de cooperación institucionalizados deben apoyarse mediante incentivos adecuados;
27. Destaca que, dada la tendencia actual de los consumidores a buscar una experiencia turística en lugar de un simple destino, una estrategia de comercialización satisfactoria para la promoción de los productos turísticos europeos debe responder a las necesidades de los diferentes segmentos y mercados de viaje de terceros países;
 28. Insiste en la necesidad de que los agentes y operadores turísticos promuevan el número de emergencias europeo 112 en sus páginas web y billetes electrónicos, así como en los principales destinos turísticos;
 29. Acoge con satisfacción la iniciativa Calypso de turismo social, que permitirá a las personas de edad, a los jóvenes, a las personas con escasos recursos económicos y a las personas con discapacidad irse de vacaciones fuera de la temporada alta; destaca que esta iniciativa tiene potencial para solucionar el problema de la estacionalidad, en particular para los destinos menos conocidos;
 30. Considera, no obstante, que para vencer la estacionalidad en Europa hay que concentrar mayores esfuerzos en el desarrollo de productos turísticos específicos que ofrezcan a los viajeros experiencias turísticas concretas y respondan a sus necesidades específicas; pide, por consiguiente, a la Comisión, que anime y apoye a los Estados miembros y al sector turístico a crear productos más diversificados y específicos centrados en torno a temas como el patrimonio rural, cultural e industrial, la historia, la religión, la salud, la balneoterapia, el deporte, la gastronomía, la enología, la música y el arte, como formas de turismo alternativo que contribuyan a aportar valor añadido al territorio en cuestión, diversificando su economía y reduciendo la estacionalidad del empleo; anima a los Estados miembros, a tal efecto, a que utilicen de manera adecuada los fondos de la UE, y pide a la Comisión que amplíe en consonancia los objetivos de la actuación en el marco del programa COSME; considera que los eventos deportivos, musicales y artísticos tienen un gran potencial para movilizar a turistas de Europa y del extranjero;
 31. Hace hincapié en la necesidad de promover y destacar el abundante patrimonio cultural europeo, utilizando la Lista del Patrimonio Mundial de la Unesco como única propuesta de venta pero también incluyendo lugares que pudieran ser menos conocidos o de acceso difícil, teniendo en cuenta especialmente que el turismo cultural representa aproximadamente el 40 % del turismo europeo y por ende contribuye en buena medida al crecimiento económico y al empleo, a la innovación social y al desarrollo local, regional, urbano y rural, reduciendo paralelamente el impacto de la estacionalidad; resalta asimismo, en este contexto, el papel clave que desempeña el mecenazgo en el mantenimiento del patrimonio europeo y aliviando a los Estados en esta costosa tarea;
 32. Destaca que la promoción de eventos culturales a diversos niveles podría contribuir al atractivo de los destinos turísticos, por lo que sugiere estudiar la posibilidad de crear un calendario europeo de actividades que se colgaría en el portal VisitEurope.com, con el fin de mejorar los servicios de información turística;
 33. Pide a las organizaciones turísticas nacionales que ofrezcan una visibilidad de red

- adecuada para las iniciativas y concesiones que pongan en valor el patrimonio europeo, y que fomenten las iniciativas y actividades relacionadas (como el Sello de Patrimonio Europeo o las rutas culturales europeas);
34. Reitera la importancia de proteger y mantener el patrimonio cultural frente a los posibles efectos perjudiciales de los cambios estructurales causados por las actividades turísticas y frente a los riesgos que supone el turismo de masas, especialmente en temporada alta; prioriza la calidad del resultado sobre el coste; subraya a este respecto el papel que puede desempeñar el mecenazgo a la hora de contribuir a la preservación del patrimonio europeo y de compensar la disminución de los presupuestos públicos destinados a tal fin;
 35. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que apliquen medidas para proteger los monumentos y lugares amenazados de Europa, a fin de salvaguardar y promover el patrimonio cultural y con ello fomentar el turismo cultural;
 36. Subraya el importante papel desempeñado por el turismo cultural europeo como instrumento de crecimiento y conocimiento personal, especialmente entre los jóvenes, y como medio para promover la riqueza de la diversidad y el patrimonio tanto nacionales como locales de la cultura europea y contribuir al aprendizaje intercultural, así como en cuanto oportunidad de establecer contactos, reforzar la identidad cristiana y grecorromana europea y difundir los valores europeos;
 37. Recalca el potencial del turismo cultural para la mitigación de la pobreza; pide, en este sentido, que se fomenten las industrias creativas y el turismo rural de los Estados miembros, a fin de promover la extraordinaria riqueza cultural de Europa y luchar contra la pobreza y el desempleo;
 38. Hace hincapié en que se debería simplificar la compra tanto de títulos de transporte como de entradas como forma de apoyo a los eventos culturales;
 39. Subraya que la variedad de lenguas de Europa —oficiales, cooficiales, minoritarias y menos conocidas— forman la piedra angular de su patrimonio cultural;
 40. Señala las oportunidades que ofrecen los acontecimientos y lugares históricos importantes a la hora de abordar los retos contemporáneos a través de una interpretación sensible y de programas educativos; alienta el uso del patrimonio y del turismo cultural para acercar a los pueblos de Europa;
 41. Subraya especialmente el potencial que encierra el turismo deportivo, el cual puede constituir uno de los sectores más dinámicos del futuro crecimiento turístico de Europa, y pide que se instauren políticas específicas para su promoción y apoyo; recuerda la importancia de las actividades deportivas para el atractivo turístico de los territorios europeos; subraya las oportunidades derivadas de los desplazamientos de deportistas y espectadores tanto en la fase de preparación como durante las propias competiciones deportivas, que pueden atraer a turistas incluso a las regiones más apartadas; hace hincapié en que aún se puede aprovechar mejor el potencial del turismo deportivo;

Calidad

42. Expresa su convencimiento de que el turismo europeo debe acometer una transición desde un modelo de crecimiento cuantitativo a otro cualitativo que persiga un desarrollo constante y sostenible, y de que existe, de hecho, la necesidad de establecer una industria europea que permita la creación de más puestos de trabajo cualificados remunerados de manera adecuada; opina que la diversificación económica del turismo en las zonas rurales y las regiones costeras brinda oportunidades de empleo nuevo y sostenible;
43. Opina que las normas de calidad son importantes como medio para equilibrar las condiciones de competencia para los operadores y para aumentar la transparencia de cara al consumidor; pide a todas las partes interesadas que profundicen el debate acerca de la manera en que los Estados miembros pueden promover las normas de calidad de los servicios turísticos y velar por su aplicación;
44. Pide a la Comisión que lance una marca europea de turismo de calidad para recompensar los esfuerzos rigurosos por parte de profesionales del turismo en apoyo de la calidad de los servicios turísticos basados en el máximo respeto por el patrimonio cultural y natural, mejorando la calidad de los puestos de trabajo en el turismo, aumentando la accesibilidad para todos y promoviendo las tradiciones culturales de las comunidades locales;
45. Pide a la Comisión que intensifique la colaboración entre los Estados miembros a fin de mejorar la calidad de los productos mediante la protección del «made in»;
46. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que colaboren con las asociaciones de turismo y definan junto con ellas un sistema europeo común de clasificación de la infraestructura turística (hoteles, restaurantes, etc.); considera que debe promoverse en mayor medida la iniciativa de la Hotelstars Union de armonización gradual de los sistemas de clasificación de alojamientos de toda Europa, lo que permitiría comparar mejor la oferta de alojamiento de Europa, de modo que se contribuya a la fijación de criterios de servicios de calidad comunes;
47. Considera que mantener las normas de seguridad de los servicios turísticos de la UE es un elemento esencial para una buena calidad; acoge con satisfacción, por lo tanto, el Libro Verde de la Comisión Europea titulado «Seguridad de los servicios de alojamiento turístico»; señala las declaraciones de varios grupos de consumidores, organizaciones de seguridad contra incendios y organizaciones del sector turístico que apoyan medidas a escala de la UE en materia de seguridad turística; pide, por lo tanto, a la Comisión que presente propuestas de normas mínimas de seguridad turística para la UE, en concreto en materia de seguridad contra incendios y seguridad frente al monóxido de carbono en alojamientos de vacaciones; hace hincapié en la necesidad de realizar una recopilación sistemática de datos sobre seguridad de alojamiento;
48. Subraya que es posible garantizar unos servicios turísticos de alta calidad si estos van acompañados de una formación de calidad y unas condiciones laborales dignas, y que resulta contraproducente menospreciar y menoscabar las cualificaciones necesarias y los logros sociales en el sector;
49. Considera que la inversión en formación y educación es un elemento esencial de la

prestación de servicios de calidad en un sector que emplea en su mayoría a jóvenes, típicamente de edades entre 16 y 35 años; insta a la Comisión a que trabaje con las entidades privadas y los organismos públicos en la creación de programas de formación y periodos de prácticas en temporada baja, con el objetivo de hacer este sector más atractivo y menos estacional; considera que este tipo de formación debe prestar especial atención al desarrollo de cualificaciones superiores y competencias genéricas, a fin de mejorar las perspectivas de empleo en el sector; pide, por lo tanto, a la Comisión que apoye esfuerzos del sector turístico para mejorar las capacidades y competencias de los empleadores y de los empleados con el fin de anticipar futuras tendencias y necesidades de capacidades; considera que deben mejorarse las estadísticas sobre el empleo en el sector turístico;

50. Pide a la Comisión, en este sentido, que apoye a la industria turística eliminando las lagunas respecto a las cualificaciones de los trabajadores e impulsando la importancia para el mercado que reviste la enseñanza y la formación profesionales; sugiere que la Comisión publique y distribuya una guía de buenas prácticas y de las diferentes posibilidades de formación en la UE, lo que mejoraría la profesionalización y la movilidad voluntaria entre los profesionales de la UE;
51. Subraya la importancia de mejorar el reconocimiento mutuo por parte de los Estados miembros de las cualificaciones profesionales en el sector turístico, con el fin de permitir a los trabajadores identificar las mejores perspectivas profesionales posibles, y promoviendo así su movilidad;
52. Celebra las herramientas de movilidad, así como los proyectos de cooperación, como las alianzas para el conocimiento y las alianzas para las competencias sectoriales en el marco de Erasmus+ y Erasmus para Jóvenes Emprendedores, en cuanto medios eficaces para que el personal turístico interesado en la educación y formación a todos los niveles pueda intercambiar buenas prácticas, mejorar sus competencias lingüísticas y adquirir conocimientos prácticos en materia de turismo cultural; observa con preocupación, sin embargo, la falta de interés de los jóvenes por trabajar en determinados sectores turísticos; señala las ventajas de un sistema educativo «dual» en el sector turístico y la importancia de combinar la experiencia práctica con el aprendizaje en una empresa, lo que supone una mejora de las competencias tanto a nivel teórico como práctico; pide a los Estados miembros y a los entes locales y regionales que aprovechen plenamente las posibilidades de fomento de la formación profesional que ofrecen el Fondo Social Europeo y otros fondos de la UE, nacionales y regionales;
53. Pide a los Estados miembros que inviertan en la formación de calidad de los guías turísticos y que favorezcan un enfoque multilingüe, con el fin de promover mejor los sitios de interés para los turistas extranjeros; pide asimismo a la Comisión y a los Estados miembros que definan normas europeas de calidad para los guías turísticos, que prevean el respeto de unos requisitos mínimos de formación;
54. Pide a la Comisión que lleve a cabo un estudio sobre el impacto que para la competitividad de Europa como destino tienen los impuestos y las tasas aplicados a los productos y servicios turísticos a nivel local, regional, nacional y europeo; pide a los Estados miembros que reconozcan la importancia de reducir los tipos de IVA para los

servicios de viajes y turismo para contribuir al desarrollo de las economías locales y al mantenimiento del crecimiento y de los empleos, así como para ayudar a Europa a conservar su competitividad en el mercado mundial;

Realización del potencial del turismo costero y marítimo

55. Reconoce la importancia para las regiones costeras e insulares de la Estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo, (acorde con la estrategia de «Crecimiento Azul» y la Estrategia Europa 2020), que presenta un conjunto de respuestas comunes a los múltiples desafíos a los que se enfrentan;
56. Insta a la Comisión a que presente un plan de acción para acompañar las 14 acciones descritas en la citada estrategia para el turismo costero y marítimo, con objetivos y calendarios concretos, y que informe al Parlamento de la evolución en la aplicación de las acciones;
57. Insta a la Comisión a que organice un seminario anual en el que participen los Estados miembros costeros y sus respectivas regiones, a fin de promover un diálogo paneuropeo que permita compartir las mejores prácticas y aplicar una estrategia a largo plazo;
58. Recuerda la importancia de la conectividad y la accesibilidad, y observa que esta varía en función de la temporada (alta y baja) y en las regiones ultraperiféricas e insulares, que dependen en gran medida del transporte marítimo y aéreo; destaca también la importancia de crear planes regionales para favorecer la movilidad dentro de los destinos; pide a la Comisión que la acción número 12 de la citada estrategia para el turismo costero y marítimo tenga asimismo en cuenta la eficiencia de las ayudas estatales en las regiones costeras y marítimas;
59. Insta a la Comisión a que evalúe, junto con los Estados miembros y las partes interesadas del sector del turismo náutico y marítimo, la necesidad de crear estrategias inteligentes e innovadoras de lucha contra la estacionalidad que se adapten tanto a los períodos de temporada alta como a los de temporada baja y tengan en cuenta los distintos públicos; pide a las partes interesadas que se esfuercen por crear experiencias, productos y servicios complementarios e integrados con los productos locales, en particular con el patrimonio y la cultura marítima, los deportes náuticos, la navegación de recreo, la observación de la vida marina y la naturaleza, las actividades de sol y playa, la pesca artesanal, la gastronomía y la salud;
60. Destaca la importancia del turismo de cruceros para el crecimiento del sector turístico en Europa; insta, por ello, a la Comisión a que evalúe, junto con los Estados miembros, los recursos requeridos y las infraestructuras portuarias y náuticas existentes, y a que normalice la separación de la basura y el reciclaje, para que se creen acciones innovadoras de planificación de estos espacios a través del desarrollo del concepto de «Smart Port City»;
61. Subraya también que es necesaria una planificación y una gestión conjuntas para la buena acogida del turismo entre la población, así como para su desarrollo sostenible;

Turismo respetuoso con la naturaleza y las comunidades locales

62. Considera que en el programa COSME debe aumentarse la (co)financiación para proyectos de turismo sostenible;
63. Exhorta a la Comisión a que finalice la Carta europea del turismo sostenible y responsable y siga apoyando económicamente a iniciativas y redes importantes como EDEN (Destinos europeos de excelencia) o los itinerarios culturales europeos;
64. Anima a las organizaciones turísticas nacionales a que, en virtud de las normas propuestas por la Comisión, creen un portal único específico a nivel nacional sobre turismo sostenible y responsable con el fin de permitir a los consumidores tomar decisiones informadas entre productos y destinos nacionales y transnacionales específicos;
65. Destaca la importancia de garantizar el desarrollo de un turismo que respete los entornos y recursos naturales y que sea técnicamente ambicioso y favorable para las pymes;
66. Pide a la Comisión que lleve a cabo un estudio sobre los certificados de sostenibilidad para servicios turísticos ecológicos, incluyendo un análisis de los instrumentos voluntarios e indicando los instrumentos que han resultado satisfactorios;
67. Pide que se promocióne y se continúe desarrollando la oferta del sector del turismo orientada a los niños y la familia, por ejemplo, mediante la creación de un sello europeo de turismo familiar;
68. Destaca la importancia de incentivar programas para hacer posible la rehabilitación de estructuras hoteleras antiguas con arreglo a criterios de turismo sostenible desde el punto de vista medioambiental;
69. Destaca el papel crucial del turismo europeo en la regeneración de las zonas rurales y urbanas, a fin de lograr un desarrollo local y regional sostenible;
70. Pide que se desarrollen servicios turísticos sostenibles en localidades que, a pesar de contar con un gran potencial cultural y turístico, han visto perjudicada su imagen debido a la mayor concentración y desarrollo de otros sectores, como el industrial;
71. Destaca la importancia de tener presente que la actividad turística no debe tener ningún impacto negativo en la vida cotidiana de los residentes; considera que, por el contrario, se debe integrar positivamente y participativamente a la población residente en el fenómeno del turismo;
72. Hace hincapié en que la protección del patrimonio natural y cultural y de la biodiversidad constituye un capital precioso para el sector turístico, y apoya, por lo tanto, a los Estados miembros, a las autoridades regionales y a las empresas turísticas en la promoción de un turismo respetuoso con la naturaleza; pide a los Estados miembros que integren iniciativas de patrimonio cultural en sus estrategias turísticas nacionales y regionales;
73. Hace hincapié en la importancia de un turismo sostenible y responsable para la

protección y la promoción del patrimonio regional natural y cultural; está convencido, por consiguiente, de que los productos turísticos regionales y las estancias cortas deben respaldarse y apoyarse mediante medidas adecuadas;

74. Subraya que el turismo sostenible orientado a la pesca representa una contribución importante para la economía de las zonas rurales de Europa; subraya que esta forma de turismo solo puede perdurar si se trabaja de forma sostenible para proteger las especies de peces en peligro de extinción de las aguas continentales de Europa;
75. Subraya que el turismo rural constituye uno de los sectores esenciales del turismo alternativo en la UE; pide a la Comisión que, en cooperación con los Estados miembros, emprenda acciones con el objetivo de ofrecer incentivos para que el sector siga desarrollándose, a nivel de infraestructuras y accesibilidad;
76. Pide a la Comisión que potencie más los territorios y las especialidades locales, alentando la promoción y garantizando la protección de productos locales tales como las indicaciones geográficas protegidas (IGP) agrícolas y no agrícolas;
77. Hace hincapié en la necesidad de promover el potencial turístico de áreas rurales, insulares, costeras y montañosas alejadas, anima al desarrollo del turismo marítimo y marino sostenible en la UE y pide a los Estados miembros que desarrollen una infraestructura sostenible y que mejoren la conectividad transfronteriza como medio para mejorar su atractivo y su accesibilidad;
78. Destaca que las islas tienen sus propios problemas, en particular en lo que se refiere a las conexiones de las islas más pequeñas con el continente, y pide a la Comisión que proponga medidas para impulsar la inversión en este ámbito;
79. Contempla la introducción de «verificaciones ambientales» voluntarias a fin de mejorar la calidad medioambiental en la industria del turismo como contribución útil del sector, y recomienda que las empresas especialmente comprometidas sean objeto de reconocimiento;
80. Insta a las autoridades y los operadores responsables a nivel nacional, regional y local a que hagan un mayor esfuerzo por promover los itinerarios de excursión de baja intensidad, como las rutas ecuestres, pedestres, de peregrinaje o ciclistas europeas, junto con todos los servicios ferroviarios transfronterizos, incluidos los trenes nocturnos y los de alta velocidad; recuerda que siempre debe explorarse la interoperabilidad del transporte con otros medios; recomienda la supresión del incremento del precio de los títulos de transporte en los tramos transfronterizos, que constituye una de las barreras para que los turistas utilicen más el ferrocarril en las zonas transfronterizas;
81. Reconoce que un turismo urbano sostenible es un negocio que crece con rapidez y que la política de movilidad y transporte de los centros turísticos de las ciudades debe ser eficiente, sostenible y conducir a una situación beneficiosa para todas las partes, tanto para los visitantes como para los visitados;
82. Apoya el desarrollo de formas integradas de transporte multimodal para los turistas, mediante la creación de billetes que permitan el uso de distintos medios de transporte

- según las diferentes necesidades; destaca que el progreso en materia de servicios integrados de billettería sería un incentivo importante para el turismo transfronterizo;
83. Subraya que los vehículos eléctricos ofrecen una solución cada vez más atractiva para el turismo rural y urbano en términos de nueva movilidad flexible, y que en los destinos vacacionales debería impulsarse esta oferta de movilidad;
 84. Hace hincapié en la importancia de facilitar la utilización del transporte público por parte de los usuarios de bicicletas;
 85. Insta encarecidamente a la Comisión Europea a que valore la posibilidad de hacer del Sistema Europeo de Indicadores sobre Turismo (ETIS) un instrumento de la UE para ayudar a los destinos turísticos a controlar, gestionar, evaluar y mejorar sus resultados en materia de sostenibilidad;
 86. Pide a los Estados miembros que continúen transmitiendo experiencias positivas para gestionar el turismo de forma sostenible también dentro de la cooperación internacional en el extranjero;
 87. Destaca que la accesibilidad, la asequibilidad y la seguridad en el turismo son parte integrante de la sostenibilidad del sector; afirma que el principio «turismo seguro para todos» debe ser la referencia para toda acción nacional, regional, local o europea relacionada con el turismo; pide a los Estados miembros que apuesten por la utilización de nuevas tecnologías en el desarrollo de planes turísticos, en especial para personas mayores y personas con discapacidad;
 88. Recomienda a los Estados miembros que desarrollen un sistema de identificación único y transparente para toda Europa que recoja ofertas de turismo accesible, y que creen las plataformas correspondientes en Internet; pide a la Comisión que presente sugerencias en este sentido;
 89. Recomienda a los Estados miembros que introduzcan la accesibilidad como criterio para la concesión de subvenciones a la industria del turismo en el marco de los programas de desarrollo económico;
 90. Subraya que la confianza de los consumidores en las empresas que prestan servicios en el sector del turismo se basa también en que estas pongan a disposición de los consumidores medios de resolución alternativa de litigios de consumo que sean sencillos, eficaces y rápidos, y en que las empresas protejan los datos personales y financieros de los consumidores;
 91. Opina que, para hacer accesible el turismo en Europa, es necesario que las compañías aéreas pongan fin a la práctica abusiva y bastante extendida de asignar más espacio a las clases preferentes que a las turistas;
 92. Destaca la contribución de la sociedad civil al impulso de las nuevas modalidades de turismo a través de las redes sociales, las entidades de voluntariado, las asociaciones culturales y deportivas, las iniciativas ciudadanas y las asociaciones de jóvenes, mujeres y comunidades extranjeras;

93. Pide un mayor reconocimiento del papel vital que, a través de su vertiente cultural, desempeña el voluntariado en el crecimiento y apoyo del sector turístico;
94. Pide a la Comisión y a los Estados miembros que reconozcan y apoyen el potencial que tiene la economía social para poder desarrollar un turismo sostenible y responsable;
95. Considera que el turismo tiene un importante valor social para los jóvenes, los asalariados y los jubilados, y pide a los Estados miembros que utilicen los fondos de la UE para desarrollar un turismo relacionado con la salud y de ocio;
96. Subraya que la persistente crisis de la inmigración en Europa afecta en particular a las zonas costeras, donde el turismo es un importante elemento de generación de ingresos para los residentes; pide a la Comisión que elabore un informe sobre la incidencia que la afluencia incontrolada de inmigrantes a la UE puede tener sobre el sector turístico;

Economía colaborativa

97. Acoge con satisfacción las oportunidades que ha generado el consumo colaborativo para las empresas emergentes y las empresas innovadoras del sector turístico; reconoce la complementariedad de estos servicios con otras ofertas turísticas en lo relativo a su ubicación y a las personas a las que se destinan;
98. Recuerda que la economía o el consumo colaborativos constituyen un nuevo modelo socioeconómico que ha cuajado gracias a la revolución económica y a Internet que conecta a las personas a través de plataformas en línea en las que es posible vender y comprar bienes y servicios de forma segura y transparente;
99. Hace hincapié en que la legislación actual no es la apropiada para la economía colaborativa y en que, por esa razón, los gobiernos locales y nacionales han comenzado a analizar estas plataformas en línea y están intentando regular sus efectos, en muchas ocasiones aplicando medidas desproporcionadas que son un tanto dispares dentro de la Unión; insta a la Comisión a que examine conjuntamente con los Estados miembros las mejores iniciativas posibles que se han de tomar a escala europea, nacional, regional y local; recomienda que se preste atención a la elaboración de un marco reglamentario adecuado dentro de la estrategia global de la UE para conseguir un mercado único digital;
100. Destaca la necesidad de analizar la respuesta al aumento de la «economía colaborativa» antes de la adopción de medidas reglamentarias; considera, no obstante, que cualquier acción de las autoridades públicas debe ser proporcional y flexible para permitir un marco reglamentario que garantice la igualdad de oportunidades a las empresas, y, en particular, un entorno empresarial positivo que apoye a las pymes y la innovación en la industria; considera además que, en aras de la protección de los consumidores, la normativa sobre seguridad y salud aplicable al sector turístico tradicional también debe aplicarse a los servicios turísticos ofrecidos de manera comercial en el marco de la economía colaborativa;
101. Subraya que es necesario clasificar correctamente las actividades de los proveedores con el objetivo de distinguir claramente entre servicios empresariales colaborativos y

- profesionales *ad hoc* o permanentes, a los que deben aplicarse normativas apropiadas;
102. Destaca asimismo que las plataformas han de ser totalmente accesibles y que se debe informar correctamente y no engañar a los consumidores que utilizan dichos sitios web, protegiendo la privacidad de sus datos; destaca la importancia de un sistema de revisiones viable y transparente y de garantizar que los consumidores no sean penalizados por los proveedores de servicios por dejar una opinión negativa;
 103. Hace hincapié en que las empresas tecnológicas que actúan como intermediarias deben informar a los proveedores sobre sus obligaciones, en particular en lo relativo a la protección de los derechos del consumidor, e informar de forma clara e inteligible de todas las tasas y costes ocultos relacionados con el desarrollo de la actividad y de cómo respetar plenamente las legislaciones locales, en particular en lo que al derecho tributario y al cumplimiento de las normas de seguridad de los consumidores respecta, así como de las condiciones laborales de las personas que prestan servicios turísticos;
 104. Pide a la Comisión que evalúe el impacto económico y social de la economía colaborativa y sus implicaciones para la industria del turismo, los consumidores, las empresas de tecnología y las autoridades públicas, y que informe al Parlamento de los resultados de las iniciativas que ha llevado a cabo hasta la fecha, incluido el trabajo del grupo especial de la DG GROW;

Digitalización

105. Acoge con satisfacción la plataforma digital de la Comisión en materia de turismo y sus objetivos, a saber: (i) estimular la capacidad de innovación y la digitalización de las pymes relacionadas con el turismo a efectos de activación del sector turístico, y (ii) generar propuestas sobre la manera de adaptar y conformar políticas sostenibles, competitivas y centradas en el consumidor destinadas a desarrollar aún más el sector turístico; alienta a que se utilicen tecnologías innovadoras, se compartan las mejores prácticas y se intensifique la cooperación a escala regional con vistas a conseguir que el sector turístico de Europa sea más atractivo y competitivo; considera que la promoción del aprendizaje electrónico, así como el aumento de la asimilación de las tecnologías digitales, contribuirían a avanzar hacia este objetivo;
106. Es consciente de que las pymes (la mayoría de las cuales son microempresas) y las empresas emergentes del sector turístico se enfrentan a considerables dificultades al promover sus servicios en el extranjero y en su adaptación a las rápidamente cambiantes condiciones del mercado; observa que las nuevas herramientas tecnológicas como el portal de apoyo a las empresas desarrollado por la Comisión, junto con los seminarios web, pueden ayudarlas a beneficiarse de las oportunidades digitales; hace hincapié en que la facilitación del portal de apoyo a las empresas en todos los idiomas de los Estados miembros fomentaría en mayor medida los beneficios territoriales de estas acciones; alienta a que se adopten iniciativas similares a nivel local, regional y nacional;
107. Insta a la Comisión a que siga fomentando la colaboración entre las partes interesadas, públicas y privadas, del sector de los viajes y el turismo con objeto de facilitar la adopción de soluciones digitales por parte de las empresas europeas y la investigación al respecto; destaca, en particular, la necesidad de una mejor coordinación entre las

- administraciones públicas de turismo a nivel nacional, regional y local, los operadores turísticos, el sector hostelero y las empresas digitales;
108. Insta a la Comisión a que ayude al sector a crear herramientas que le permitan realizar un seguimiento del destino de los visitantes, conocer su perfil y trazar su movilidad para conocer sus intereses y desarrollar los productos adecuados, así como a crear herramientas que les ofrezcan destinos a la carta junto con el control de las redes para conocer la opinión de quienes nos visitan;
 109. Espera que la Comisión presente un informe general que incluya una evaluación de la situación actual en lo que se refiere a la digitalización en el mercado del turismo de la UE, con objeto de determinar y responder a las oportunidades y los retos a que se enfrentan los diferentes agentes públicos y privados a nivel nacional, regional y local; opina que este informe debería incluir recomendaciones adecuadas para garantizar una competencia justa y la igualdad de oportunidades a todas las partes interesadas y proteger a los consumidores ofreciendo transparencia, neutralidad y accesibilidad;
 110. Constata el auge de la contratación de servicios turísticos por Internet directamente realizado por el usuario y los riesgos que puede conllevar para los consumidores, que a menudo ignoran cuáles son sus derechos y la legislación aplicable; pide a la Comisión que persiga en detalle los posibles abusos que se puedan darse en este ámbito, en particular cuando se trata de compras combinadas con prestadores de servicios diferentes (billete aéreo y alquiler de coche por ejemplo) y que adapte y desarrolle, durante la próxima revisión de la directiva sobre paquetes de viajes turísticos, este tipo de nueva formas de contratación de servicios;
 111. Acoge con satisfacción la reciente conclusión de las negociaciones tripartitas en relación con una Directiva sobre los viajes combinados; pide su transposición y su aplicación oportunas y efectivas, con vistas a la adaptación del sector y la protección de los consumidores en el entorno digital;
 112. Insta a la Comisión a que reorganice los fondos y programas con objeto de apoyar mejor la digitalización de las empresas turísticas europeas;
 113. Insta a la Comisión a que vele por que los operadores de viajes y transporte permitan a los proveedores de servicios acceder, en condiciones justas y de igualdad, a los datos pertinentes, con objeto de facilitar el despliegue de información multimodal digital y servicios de billetería; señala la importancia de los sistemas de transporte inteligentes para facilitar datos precisos y a tiempo real sobre el tráfico y los desplazamientos para el desarrollo de servicios integrados de movilidad que beneficien al desarrollo del turismo europeo;
 114. Insta a los Estados miembros a que determinen y apoyen iniciativas a escala de la UE que fomenten el uso de infraestructuras digitales y la interoperabilidad entre distintas plataformas; pide a los Estados miembros, en este sentido, que ofrezcan un acceso gratuito a las redes wifi en las zonas turísticas y que supriman las tarifas de itinerancia antes del 15 de junio de 2017 tal y como se ha decidido, así como el bloqueo geográfico;

115. Pide a los Estados miembros y a las autoridades locales que doten a las estaciones y plataformas de llegada, partida y enlace de oficinas de información con personal competente que pueda dar indicaciones sobre los principales destinos, medios de transporte y estructuras turísticas, junto con sistemas digitales de información multilingüe con acceso libre e ilimitado a redes wifi, también para las personas con discapacidad;
116. Subraya que los viajeros todavía se enfrentan a precios, términos y condiciones diferentes al hacer la reserva en línea de alojamientos o medios de transporte; celebra, por tanto, la comunicación de la Comisión titulada «Una estrategia de mercado único digital para Europa»; pide a la Comisión que adopte una propuesta integral para poner fin al bloqueo geográfico injustificado para el acceso a los bienes, los servicios y las mejores tarifas disponibles en función de la ubicación geográfica o del país de residencia;
117. Insta a los Estados miembros a que fomenten el acceso a la banda ancha de alta velocidad como una prioridad para las zonas turísticas, remotas y ultraperiféricas como son las islas y las zonas costeras, montañosas y rurales, con el objetivo de mejorar el crecimiento de las empresas turísticas y de reducir la brecha digital en la UE;
118. Pide tanto a los Estados miembros como a las partes interesadas de todos los ámbitos del sector turístico –en especial, el de la digitalización– que desarrollen soluciones eficaces para la escasez de personal cualificado;
119. Manifiesta su preocupación por que muchos de los beneficios económicos de la distribución en línea no están revirtiendo en Europa; opina que los gobiernos europeos deben hacer más por potenciar la iniciativa empresarial, y en particular las soluciones orientadas a la tecnología, en Europa;
120. Encarga a su Presidente que transmita la presente Resolución al Consejo y a la Comisión.

Or. en