



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/27739

31/01/2018

72422

**AUTOR/A:** HEREDIA DÍAZ, Miguel Ángel (GS); FRANQUIS VERA, Sebastián (GS)

### RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que la distribución del gasto de Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) relativo a la inversión en Paradores de Turismo de España, S.M.E., S.A. (Paradores) y a las acciones de marketing turístico internacional realizadas por las Consejerías Españolas de Turismo en el Exterior desde 2015 a 2017 se reflejan en el cuadro adjunto (en euros):

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PARADORES	MARKETING TURÍSTICO INTERNACIONAL
Andalucía	400.304,67	6.196.925,14
Aragón	2.303.444,76	889.868,05
P. Asturias	378.149,05	1.012.077,60
Baleares	1.099.458,83	2.096.400,77
Canarias	8.560,00	2.197.525,38
Cantabria	0,00	891.366,71
Castilla y León	2.043.443,87	1.711.156,31
Castilla - La Mancha	5.702.854,83	968.958,67
Cataluña	6.415.596,74	3.520.100,01
Comunidad Valenciana	0,00	3.441.639,22
Extremadura	166.929,63	939.926,56
Galicia	5.388.114,63	2.469.521,74
Madrid	1.194.169,91	5.063.041,69
R. Murcia	0,00	838.519,03
Navarra	0,00	793.179,30
País Vasco	32.711,37	2.791.126,88
La Rioja	0,00	795.055,14
Ceuta	0,00	90.187,29
Melilla	0,00	82.546,52



Además, TURESPAÑA realiza una intensa labor de marketing a través de redes sociales, publicidad internacional, producción de material audiovisual y folletos, así como acciones con asociaciones y clubes de producto, en los que también se incluye contenido de destinos turísticos españoles, pero cuyo gasto no puede ser desagregado por Comunidades Autónomas.

Madrid, 27 de julio de 2018

