



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/7070

23/03/2020

17283

AUTOR/A: JIMÉNEZ REVUELTA, Rodrigo (GVOX); GONZÁLEZ COELLO DE PORTUGAL, Víctor (GVOX); TRÍAS GIL, Georgina (GVOX); SÁEZ ALONSO-MUÑUMER, Pablo (GVOX); REQUEJO NOVOA, Pedro Jesús (GVOX); CALVO LISTE, Pablo Juan (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta formulada, se informa que, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de establecimientos de turismo rural en la Comunidad Autónoma de Castilla y León en el año 2019 era de 42.571, mientras que en 2018 fueron 42.784, lo que representa un descenso en variación interanual del 0,5%.

Por su parte, el número de plazas de turismo rural en la Comunidad Autónoma en el año 2019 fue de 375.241, mientras que en 2018 fueron 377.956, lo que representa un descenso en variación interanual del 0,7%.

Cabe señalar que estos descensos resultan poco significativos, dada la capacidad de adaptación que tiene muchos de los referidos establecimientos para cerrar y abrir en función de los distintos meses del año y de diversas situaciones.

En esta materia se remarca que el Gobierno, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, impulsa, entre otros, el turismo de naturaleza, cultural, monumental, de rutas, ecoturismo, cicloturismo, gastronómico, enológico, etc...

Así, se apoya el turismo rural a través de distintos clubes de Producto, para configurar destinos y productos sostenibles basados en recursos naturales. También existen iniciativas turísticas basadas en la gastronomía y productos locales, como las Rutas del Vino de España, Saborea España, Ecoturismo en España o Castillos y Palacios de España, que promocionan el producto local. Todo ello incide especialmente en las zonas rurales del territorio español.



En concreto, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo proporciona apoyo financiero a Rutas del Vino de España, Saborea España y Ecoturismo en España. También trabaja conjuntamente y apoya a los Clubes de Producto Castillos y Palacios de España y Pueblos más Bonitos de España, con el apoyo para la edición de una guía en inglés. De esta forma se posibilita y favorece la colaboración público-privada, maximizando las sinergias que esta colaboración representa.

Por otra parte, se señala que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo participa y coopera con el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico en la ejecución del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad; y es miembro de la Red Rural Nacional, donde se establece la estrategia de desarrollo rural con la participación de todos los actores.

Por otra parte, se señala que las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, de enero de 2019, aprobadas por el Consejo de Ministros, establecen un nuevo modelo turístico sostenible. Dentro del eje estratégico de crecimiento sostenible, se pone de manifiesto que el turismo debe ser palanca de desarrollo sostenible del territorio, que contribuya a frenar la despoblación del medio rural y su consecuente deterioro.

Además, se señala que la Secretaría de Estado de Turismo, a través del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), como encargada de la promoción turística internacional, ha venido implementando diversas acciones de marketing internacional a través de la red de Consejerías de Turismo en el Exterior para la promoción internacional del turismo rural.

Entre las acciones de 2019 y las previstas en 2020, más de 90 están destinadas a la promoción del turismo rural y, por tanto, al impulso del crecimiento y el empleo en dichas áreas. Entre las acciones realizadas, destacan especialmente las jornadas de apoyo a la comercialización y, en menor medida, los viajes de prensa internacional, los viajes de familiarización de agentes, las acciones de marketing en línea, así como las presentaciones y promociones al público. Las previsiones actuales para el año en curso destacan los viajes de familiarización y los viajes de prensa internacional.

Por lo que se refiere específicamente a Castilla y León, las acciones realizadas durante 2019, y las previstas para 2020, relativas a la promoción del turismo rural en esta Comunidad Autónoma, se centran en su mayoría en el apoyo a la comercialización, a través fundamentalmente de jornadas de comercialización y otras acciones dirigidas a agentes.



El turismo rural también se encuentra muy presente en el marketing digital. Así, la página web Spain.info, que recibió más de 15 millones de visitas durante 2019, y en redes sociales, que cuentan 1,80 millones de seguidores en Facebook en 44 países y 17 idiomas, 22 cuentas en Twitter en 16 idiomas seguidas por 485000 usuarios y más de 572000 seguidores en Instagram.

También está presente en los folletos digitales publicados por Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), disponibles en su página web. Hay uno dedicado específicamente al turismo rural y más de 10 que también contienen rutas y productos turísticos del medio rural (naturaleza, cicloturismo, turismo sostenible, observación de la naturaleza, rutas culturales, España interior, España verde, etc.). Al turismo rural también está dedicado en exclusiva uno de los microsites y uno de los videos, con independencia de que al igual que ocurre con los folletos otros videos y microsites contienen también aspectos que afectan al turismo rural.

Para finalizar, se destaca que una vez que finalice la crisis actual originada por la pandemia de COVID-19, TURESPAÑA continuará trabajando en la promoción de turismo interior y rural, ajustándose a las nuevas circunstancias del sector y de la demanda.

Para ello, se llevarán a cabo acciones de promoción a través de las consejerías de turismo en el exterior y del marketing digital (redes sociales, página web, folletos digitales, medios de pago). En esta línea de acción de trabajará de manera coordinada con las Comunidades Autónomas, los organismos de promoción y los clubes de producto.

Madrid, 04 de mayo de 2020