



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/12070

06/05/2020

27111

**AUTOR/A:** ALMODÓBAR BARCELÓ, Agustín (GP); MARISCAL ANAYA, Guillermo (GP)

#### RESPUESTA:

En relación con la materia por la que se interesan Su Señoría, se informa que la política de comunicación desarrollada por el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), como organismo dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo competente para la promoción de España como destino turístico en el exterior, ha tenido en esta etapa del COVID-19, dos objetivos principales: contribuir responsablemente a un servicio público difundiendo el mensaje de #Quédate en casa y mantener la conexión emocional con nuestros seguidores, como destino turístico líder para potenciales turistas, afirmando que cuando todo pase, España les estaría esperando.

Ambos objetivos son compatibles en esta situación excepcional, y el mensaje contribuye al posicionamiento de la imagen de marca en un canal como las redes sociales.

Se entendió que, en esta fase de la crisis, la mejor manera de comunicar y trasladar nuestro mensaje a los turistas era a través de un video, tanto por la efectividad misma de este soporte audiovisual, como por la efectividad que este formato tiene en las redes sociales. En este video los potenciales turistas pueden sentirse identificados con las imágenes de situaciones cotidianas que se están viviendo en los hogares de todo el mundo; además de este sentimiento de empatía, traslada un mensaje muy concreto: España seguirá aquí cuando todo pase, España seguirá formando parte de vuestras vidas, parte de vuestras vacaciones, España te acogerá de nuevo.

El video se ha publicado en 5 idiomas: español, inglés, francés, italiano y alemán, en las diversas redes sociales del Instituto de Turismo de España:

Mercados: Cuenta predeterminada, Alemania, Reino Unido, Bélgica, Dinamarca, Países Bajos, Irlanda, Italia, Noruega, Grecia, Polonia, Portugal, Suecia,



Suiza, Austria, Finlandia, Francia, EEUU, Canadá, México, Argentina, Brasil, Rusia, Singapur (Sudeste Asiático), India, Oriente Medio, Japón.

Este video fue seguido de diversas publicaciones (tuits, post, stories) con el mencionado hashtag en las redes sociales promocionales de TURESPAÑA.

Los contenidos que se están publicando en estos momentos, tienen como característica común que no se invita a visitar España, se invita a conocer mejor su cultura, su gastronomía, etc.

Además, hay que señalar que la Secretaría de Estado de Turismo está trabajando junto con las Comunidades Autónomas, los organismos de promoción y los clubs de producto en el día de después de esta crisis, a fin de que el turismo se reactive a la mayor brevedad, y lo haga con mayor fuerza. Trabajamos para activar el turismo nacional de cara a este verano, si la situación sanitaria y de movilidad lo permiten, y para que los visitantes extranjeros regresen pronto y con las máximas garantías de seguridad sanitaria.

En este sentido, se está planificando una nueva campaña para estimular el turismo nacional y, posteriormente, un plan de promoción y marketing en los mercados internacionales con el objetivo de recuperar a los visitantes extranjeros que cada año escogen España para sus vacaciones.

La campaña de comunicación será oportuna, empática, relevante, con inspiración moderada y destacando la confianza y seguridad, en todas sus acepciones, que tiene nuestro país como destino turístico.

Por último, cabe señalar que el Gobierno está en continua evaluación de las acciones puestas en marcha, valorando constantemente el establecimiento de otras acciones en un futuro próximo.

Madrid, 08 de junio de 2020

