



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/15791

15/06/2020

38767

AUTOR/A: CONTRERAS PELÁEZ, Francisco José (GVOX); RAMÍREZ DEL RÍO, José (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX); REQUEJO NOVOA, Pedro Jesús (GVOX)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que el Gobierno impulsa, entre otros, el turismo de naturaleza, cultural, monumental, de rutas, ecoturismo, cicloturismo, gastronómico, enológico, etc.

El Gobierno, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, apoya el turismo rural y cultural a través de distintos clubs de producto para configurar destinos y productos sostenibles basados en recursos naturales y también existen iniciativas turísticas basadas en la gastronomía y productos locales, como las Rutas del Vino de España, Saborea España, Ecoturismo en España, Castillos y Palacios de España, que promocionan el producto local.

La Secretaría de Estado de Turismo trabaja conjuntamente y apoya a los clubs de producto Castillos y Palacios de España y los Pueblos más Bonitos de España (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.

En el año 2019, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el Ministerio de Cultura y Deporte y el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, firmaron un Protocolo de Intenciones para trabajar conjuntamente en materia de Turismo Cultural.

También hay que señalar que es una prioridad del Gobierno aprobar la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, con la participación de las Comunidades Autónomas y los principales agentes del sector. Esta aprobación se llevará a cabo lo antes posible, aunque tendrá que adaptarse a las nuevas circunstancias consecuencia de la crisis del COVID-19. Esta Estrategia tiene el objetivo de reforzar la posición del



sector turístico en España, basado en la sostenibilidad y en la implementación de la inteligencia turística y la digitalización.

La recuperación del turismo es prioritaria para España. El Plan de Impulso del Turismo se presentó el pasado 18 de junio y está integrado por cinco pilares:

- Seguridad sanitaria a través del desarrollo de protocolos de operativa adaptados a cada subsector que aseguren que el turismo en España es seguro para los visitantes, para los trabajadores y para los territorios que les acogen. Afianzar la confianza de nuestro país como un país, como una España con un destino 360° seguro.
- Apoyo económico con medidas destinadas a las empresas y la protección de sus trabajadores, en la gestión de sus costes laborales a través de la flexibilización de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTEs) y de su financiación, y con medidas también destinadas a los territorios.
- Posicionamiento del turismo de España como un destino seguro y sostenible, tanto para el turismo nacional como internacional, a través de la promoción.
- Conocimiento turístico a través del desarrollo de un observatorio que proporcione los datos necesarios para tomar las decisiones adecuadas en cada momento, con la creación de un nuevo Observatorio de Inteligencia Turística.
- Utilizar todas las herramientas del marketing y la promoción para posicionar a España como un destino seguro y sostenible, para el turismo nacional e internacional.

Este nuevo Plan de Impulso del sector turístico consta de 28 medidas que se articulan en torno a cinco líneas de actuación: la recuperación de la confianza en el destino (un destino 360° seguro), la puesta en marcha de medidas para reactivar el sector, la mejora de la competitividad del destino turístico, la mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística y una campaña de marketing y promoción.

El Plan está dotado con 4.262 millones de euros. Con esta cantidad se eleva a 19.535 millones de euros el apoyo del Gobierno al sector turístico, ya que desde el inicio de la pandemia se han activado diferentes medidas de choque para apoyar la economía española, que han supuesto una inyección de 15.273 millones de euros para el turismo y que han beneficiado tanto a trabajadores como a empresas. La cadena de valor del turismo es una de las actividades económicas más afectadas por la actual crisis sanitaria del coronavirus. Este nuevo Plan de Impulso del sector turístico va a posibilitar la recuperación de un sector fundamental en la economía de todas las Comunidades





Autónomas, que representa el 12% del Producto Interior Bruto (PIB) de España y que empleaba a principio de este año al 13,6% del total de afiliados a la Seguridad Social en España.

Por otra parte, cabe informar que el Ministerio de Cultura y Deporte, en el ámbito de sus competencias, impulsa y coordina la puesta en marcha de proyectos y actividades relacionadas con el Turismo Cultural. En este sentido cabe destacar la página web España es Cultura/Spain is Culture (www.españaescultura.es/ www.spainisculture.com), en su doble papel de materia a promocionar e instrumento de promoción.

El portal se creó en el año 2011, con el objetivo de difundir la cultura española y de promocionar el Turismo Cultural, dando a conocer la amplia oferta cultural de España al público nacional e internacional. El portal es, asimismo, un medio para facilitar el acceso al patrimonio cultural a través de las nuevas tecnologías, además de una herramienta fundamental de apoyo a los agentes económicos cuya actividad gira en torno a la cultura española. Está publicado en tres idiomas (español, inglés y francés) y ofrece al ciudadano información sobre más de 15.000 contenidos (monumentos, museos, artistas y creadores, destinos y rutas culturales, obras de arte, fiestas y eventos, películas, reportajes, espacios culturales, archivos y bibliotecas, etc.). Incorpora tecnología multimedia que permite la visualización de obras de arte en 3D y visitas virtuales a monumentos y espacios singulares declarados Patrimonio Mundial, como La Alhambra de Granada.

Por otro lado, la página web da respuesta a segmentos de audiencia como las familias, los jóvenes, las personas de la tercera edad, las personas con discapacidad y las mujeres, y también dispone de un espacio específico dirigido a expertos, que facilita el acceso a bases de datos y contenidos cualificados.

Entre las acciones llevadas a cabo, cabe destacar las siguientes:

- Gestión de eventos de agenda.

Se han creado aquellos contenidos de tipología “Evento” que se corresponden con acontecimientos puntuales, jornadas, coloquios, representaciones, exposiciones y/o festivales.

La creación de eventos ha consistido en la recopilación de la información, redacción de la descripción del evento, categorización del mismo, determinación de fecha de inicio y fecha fin, identificación de su lugar de celebración, identificación del autor o compañía vinculados si procede, información de la web de venta de entradas si existiera y recopilación bajo solicitud expresa de su fotografía específica.



Se han revisado, entre otras, las páginas web de los principales Museos y/o Archivos y Bibliotecas (más de 70) para incorporar, en su caso, sus exposiciones, con un resultado total de 508 eventos dados de alta en este periodo. Entre estas altas hay 20 fiestas declaradas de interés turístico. De igual forma, se ha procedido a la actualización en fechas de las fiestas y festivales culturales ya presentes en el portal.

Asimismo, se ha realizado la creación y carga de contenidos de la sección de Agenda Internacional, relativa a imágenes, textos y traducción al inglés y francés.

- Creación de contenido editorial.

Se ha procedido a la elaboración de numeroso contenido propio y a su traducción al inglés y francés. Entre las más de 145 piezas realizadas cabe destacar 11 reportajes, 25 piezas editoriales sobre autores o 21 elementos para la página home principal.

- Actualización del contenido más relevante.

Se ha procedido a la actualización de los datos de referencia de las instituciones y eventos para los que la página web sirve de guía. Así, se informa que se han revisado y actualizado los datos de contacto, horarios, precios de entrada y links tanto de Museos como de Archivos, monumentos declarados Patrimonio Mundial o la base de datos de escuelas de español del Instituto Cervantes publicada en el portal.

- Creación de Newsletter.

Creación y carga de la newsletter de www.españaescultura.es en sus versiones de español, inglés y francés. Se distribuye a través de las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero, cuyo idioma coincide con los idiomas en que está publicado el portal.

- Posicionamiento en buscadores SEO.

Para mejorar la visibilidad de los contenidos con mayor capacidad de atracción de tráfico del portal, se han redactado unos títulos y textos descriptivos SEO más relevantes que sustituyan en esos recursos a los metas automáticos. Se ha realizado un estudio previo que ha permitido identificar aquellas temáticas y contenidos del portal que presentan posibilidades de optimizar su rendimiento. Con este fin se han utilizado tres herramientas muy valoradas a nivel global: Sistrix, Keyword Tool y Google Analytics, que ofrecen un potencial importante en este ámbito.



- Administración de las Redes Sociales.

Las tareas relativas a la administración de redes sociales conllevan la gestión de la marca España es Cultura / Spain is Culture, en los canales de twitter y Facebook, con el objeto de aumentar el número de seguidores tanto cuantitativos como cualitativos, que generen contenido y actúen como prescriptores.

Asimismo, se informa que desde el Ministerio de Cultura y Deporte se han convocado este año las dos líneas de ayuda de concurrencia competitiva correspondientes a la acción y promoción cultural y dirigida a entidades sin ánimo de lucro y la correspondiente a la modernización e innovación de las industrias culturales y creativas, mediante proyectos digitales y tecnológicos. Ambas convocatorias de ayudas contemplan, entre sus objetivos y finalidades, el fomento de España como destino turístico cultural.

En lo relativo a las rutas culturales, se informa de las últimas reuniones de los diferente Comités relacionados con el Consejo Jacobeo, órgano encargado de cooperación entre la Administración General del Estado (AGE) y las Comunidades Autónomas para la coordinación de las acciones relativas a este conjunto de rutas y su realidad cultural.

El pasado 18 de junio tuvo lugar la última reunión del Comité encargado de evaluar la situación actual del Camino de Santiago ante la situación derivada de la crisis del COVID-19 y en la que se ha acordado, entre otras medidas, la publicación de una infografía con recomendaciones para el peregrino y la dotación de una nueva funcionalidad en la app dedicada al Camino de Santiago para informar sobre la apertura de albergues durante la nueva normalidad y su nuevo aforo.

Además, el pasado 16 de junio se reunió el Grupo de trabajo de la Conferencia Sectorial de Turismo para el Xacobeo 2021, presidido por la Secretaria de Estado de Turismo, con el fin de actualizar, coordinar y reprogramar los planes y acciones previstos para el Año Santo.

Por último, en relación con el programa de actividades culturales para la celebración del Xacobeo 2021, se informa que en la reunión de la Comisión Ejecutiva del pasado 4 de mayo se acordó que el Grupo de trabajo para la coordinación de la celebración del Año Santo Jacobeo 2021 revisaría el calendario inicialmente previsto, así como el formato de las actividades para adaptarlo a la nueva situación.

Madrid, 10 de agosto de 2020