



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/17870

03/07/2020

43578

AUTOR/A: RUEDA PERELLÓ, Patricia (GVOX); RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX); BORRÁS PABÓN, Mireia (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX); RODRÍGUEZ ALMEIDA, Andrés Alberto (GVOX)

RESPUESTA:

La recuperación del turismo es prioritaria para España. Por ello, el Plan de Impulso del Turismo, que se presentó el 18 de junio por el Presidente del Gobierno, potencia una actividad estratégica de nuestro modelo productivo.

Consta de 28 medidas que se articulan en torno a cinco líneas de actuación: la recuperación de la confianza en el destino (un destino 360º 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 de Impulso 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 de nuestro país 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 de España y que empleaba a principio de 2020 al 13,6% del total de afiliados a la Seguridad Social en nuestro país.

En su introducción destaca que en el ámbito de la digitalización España debería aprovechar sus ventajas. La tecnología ha cambiado la forma de planificar y reservar los viajes, pero también la forma de disfrutarlos y compartirlos.



El nuevo turista es exigente, espera recibir un servicio personalizado, demanda experiencias auténticas y destinos que ofrezcan una oferta diferencial, coherente con el entorno natural, social y cultural. El crecimiento de la “economía de datos” continuará fomentando la aparición de nuevos modelos de negocio que, desde dentro o fuera del sector turístico, afectarán a su funcionamiento.

En este sentido, el turismo se enfrenta a un mundo más automatizado, donde el cliente exigirá más valor añadido, flexibilidad y personalización en cada interacción. Y esas interacciones serán, en gran parte, digitales. Además, la tecnología no sólo será un instrumento en manos del cliente, sino que las empresas y los destinos podrán utilizarla para mejorar el conocimiento sobre los consumidores y sus preferencias, y para mejorar la experiencia del usuario.

En relación con el eje del Plan dedicado a la mejora de la competitividad del destino turístico hay que señalar que un país turístico como España debe mantener su exigencia competitiva y adaptarse a las reglas que el mercado impone en cada momento. Por tanto, el Plan de Impulso del Sector Turístico Post COVID-19 debe incorporar un eje de mejora de la competitividad del destino turístico. Dicho eje sigue la línea de trabajo marcada en las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 sobre de la necesaria transformación competitiva del sector, concepto configurado alrededor de la triple sostenibilidad socioeconómica, medioambiental y territorial; además de la decidida apuesta por la digitalización.

La industria turística debe adaptarse y prepararse para aprovechar el potencial de las tendencias globales que están reconfigurando el perfil de los viajeros, tendencias que ya están impactando en nuestro sistema turístico como son la digitalización y la sostenibilidad.

La tecnología ha cambiado la forma de planificar y reservar los viajes, pero también la forma de disfrutarlos y compartirlos. El nuevo turista es exigente, espera recibir un servicio personalizado, demanda experiencias auténticas, y destinos que ofrezcan una oferta diferencial, coherente con el entorno natural, social y cultural. Para aprovechar todo el potencial de la digitalización, en octubre de 2018 se puso en marcha la Red de Destinos Turísticos Inteligentes que promueve la competitividad de esos destinos, mejorando la coordinación de todos los actores clave y la integración de las perspectivas de cada uno de ellos: los destinos y sus gestores públicos, la industria turística, el comercio minorista, la industria tecnológica, los operadores, los proveedores de servicios públicos, y los residentes y turistas.

Otra de las tendencias globales que impacta en el turismo es la sostenibilidad. Por ello, se proponen en este Plan articular instrumentos que permitan reforzar la competitividad del sector turístico español, acelerando su transformación de forma decidida hacia un modelo basado en la sostenibilidad y la digitalización.





La dotación económica de este eje del Plan de Impulso dedicado a la mejora de la competitividad del destino turístico alcanza un total de 859.000.000 euros, con el desglose siguiente:

- Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT). 515.000.000 euros.
- Financiación de proyectos para la digitalización, innovación e internacionalización del sector turístico. 216.000.000 euros.
- Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos. 53.000.000 euros.
- Reforzar la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. 75.000.000 euros.
- Programa “Hoteles Justos, Laboralmente Responsables” MINCOTUR, Universidad de Málaga y agentes sociales.

Madrid, 07 de septiembre de 2020