

RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/20040

31/07/2020

48645

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

RESPUESTA:

La recuperación del turismo es prioritaria para España. El Plan de Impulso del Turismo fue presentado el 18 de junio por el Presidente del Gobierno. Un plan que potencia una actividad estratégica de nuestro modelo productivo. 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, 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 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.

El plan consta de 5 ejes: Recuperar la confianza en el destino 360° seguro, Medidas para la reactivación del sector, Medidas para la mejora de la Competitividad del Destino Turístico, Mejora del modelo de conocimiento e inteligencia turística y Campaña de branding y promoción.



El Plan de Impulso ha supuesto la elaboración de 21 guías de especificaciones para prevenir el contagio por el coronavirus SARS-COV-2, que incluyen medidas de desinfección de los espacios y demás condiciones de limpieza, aforo y distancia social promovidas por el sector y visadas por las autoridades sanitarias.

Se trata de las correspondientes a espacios naturales protegidos, instalaciones náutico-deportivas y actividades náuticas, ocio nocturno, parques de atracciones y de ocio, transporte turístico (empresas de autocares turísticos, rent a car, transporte por cable y transporte turístico acuático) y visitas a bodegas y otras instalaciones industriales, lugares culturales, históricos y naturales, espacios públicos singulares, hoteles y apartamentos turísticos, albergues/hostales, alojamientos rurales, guías de turismo, balnearios, campings, restaurantes, agencias de viajes, turismo activo y ecoturismo, campos de golf y oficinas de información turística.

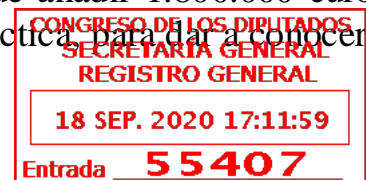
Estas guías han sido fundamentales para poder reiniciar la actividad turística con las máximas garantías sanitarias y ofrecer así confianza a nuestros visitantes, pero también a trabajadores y residentes, de que España es un destino seguro.

Las guías, que han sido elaboradas junto a Comunidades Autónomas, el sector y los agentes sociales, contienen especificaciones de servicio, limpieza y desinfección, mantenimiento y gestión del riesgo para los diferentes subsectores del sector turístico. Además de ser homogéneas para todo el territorio español, son las únicas validadas por Sanidad.

Estos protocolos han sido reconocidos a nivel internacional porque cuentan con certificación ISO. Todo ello con el objetivo de conseguir que España siga siendo el destino más competitivo del mundo, según reconoce el Foro Económico Mundial.

Actualmente se está trabajando en la elaboración de nuevas guías.

Por otra parte, cabe señalar que TURESPAÑA, como organismo encargado de la promoción turística de España en los mercados internacionales, viene desarrollando una intensa labor de marketing, sobre la base de la reapertura de las fronteras y la conectividad con los distintos mercados emisores de turistas. La campaña “Back to Spain” es una de las principales acciones de marketing que se va a realizar en el marco de la coyuntura ocasionada por la pandemia. Esta campaña dispone actualmente de un presupuesto aprobado para 2020 de 8.369.970 euros. Sobre “Back to Spain” pivota la campaña de publicidad internacional. La campaña apela a las emociones de los turistas durante sus vacaciones en los destinos españoles y les traslada que estamos listos para recibirles. Esta campaña de verano se está desarrollando en los siguientes mercados europeos: Reino Unido, Alemania, Francia, Portugal, Bélgica y Países Bajos, con una inversión en medios de 4.750.000 euros. A esta cifra hay que añadir 1.800.000 euros destinados a una campaña complementaria, informativa y didáctica para dar a conocer a





quienes nos visitan cómo viajar de forma segura y recuperar la confianza en los viajes en este nuevo contexto.

Desde una perspectiva plurianual, incluyendo la planificación de marketing de TURESPAÑA de 2020 a 2022, el plan de impulso recoge una inversión en publicidad que asciende a un total de 38.100.000 euros.

Por último, el Gobierno estudiará las nuevas medidas que la situación pueda requerir en cada momento, según la evolución de la pandemia, y los datos económicos de cada sector.

Madrid, 17 de septiembre de 2020