



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/19830	29/07/2020	48233
184/19831		48234

AUTOR/A: BOADELLA ESTEVE, Genís (GPlu)

RESPUESTA:

El Gobierno está trabajando intensamente para paliar los efectos de la crisis sanitaria en el sector turístico y está en continua evaluación de las acciones puestas en marcha, valorando constantemente el establecimiento de otras acciones en un futuro próximo.

En este sentido, es destacable que por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se han mantenido multitud de encuentros con diferentes representantes del sector turístico, manteniendo un contacto constante.

Por otra parte, se señala que el Reino Unido ha establecido la obligación de guardar una cuarentena de 14 días para todos los viajeros provenientes de, entre otros países, España, si bien estudia rebajar la cuarentena a los viajeros realizando test, aunque no "de forma inmediata".

La decisión de Reino Unido no ha sido favorable para la recuperación del sector turístico español y por lo que se están realizando acciones diplomáticas para poder revertirla.

Desde el anuncio del Reino Unido se han mantenido prácticamente a diario contactos con autoridades británicas a todos los niveles de la administración y por parte tanto de autoridades sanitarias, como del Ministerio de Asuntos Exteriores como del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

En este sentido, es destacable que el Gobierno trabaja en un Plan de Inversiones para presentar en los próximos meses. Este plan específico de inversiones para el turismo se presentará al Fondo de Recuperación de la Unión Europea y permitirá el desarrollo de proyectos tractores en el ámbito turístico.

Se desarrollará conjuntamente con las comunidades autónomas, ayuntamientos y los agentes sociales y económicos, para relanzar el sector en el medio y largo plazo.



Así, el Gobierno está trabajando intensamente para paliar los efectos de la crisis sanitaria en el sector turístico y no descarta a priori prorrogar los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en los sectores de hostelería comercio y turismo más allá del 30 de septiembre.

La recuperación del turismo es prioritaria para España. Por ello, el Plan de Impulso del Sector Turístico, que se presentó el pasado 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 o ejes 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.

Está dotado con 4.262 millones de euros, cantidad con la que se eleva a 19.535 millones de euros el apoyo del Gobierno al sector turístico, ya que desde el inicio de la pandemia de la COVID-19 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 crisis sanitaria y el 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 el marco del Plan de Impulso, se han elaborado 21 guías de especificaciones para prevenir el contagio por el 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, y para finalizar, cabe señalar que Instituto de Turismo de España (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.

“Back to Spain” es el *claim* sobre el que 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.

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, 25 de septiembre de 2020