



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/19302

21/07/2020

47021

AUTOR/A: CAPDEVILA I ESTEVE, Joan (GR)

RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, se informa que las distintas Consejerías Españolas de Turismo están trabajando en dos líneas fundamentales de trabajo.

La primera consiste en reforzar la inteligencia de mercados al servicio de sector turístico español. Para ello las Consejerías han recabado permanentemente información sobre los distintos mercados emisores en aspectos tan relevantes como restricciones a los viajes y evolución de la pandemia en los mercados, situación de la industria turística, evolución de la conectividad aérea, situación de la demanda y nuevas tendencias de la misma, entre otros aspectos.

Esta información, que ha sido puesta a disposición del sector turístico español a través de la página corporativa del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), incluye los mercados de toda la red de Consejerías de Turismo en el Exterior, independientemente del diferente estado de evolución de la pandemia en cada zona geográfica.

Junto con el seguimiento diario y la publicación periódica de informes, las Consejerías de Turismo han participado en seminarios en línea y mesas de trabajo, igualmente dirigidos a facilitar información y valoraciones de la situación y perspectivas de cada mercado al sector español.

La segunda línea de actuación ha consistido en adaptar la labor de relaciones públicas y promoción a la evolución de la situación en cada mercado. En este sentido, durante el momento de mayor incidencia de la pandemia, las Consejerías han desarrollado una intensa labor de relaciones públicas con el sector turístico emisor, labor que se mantiene a día de hoy. Esta labor se refuerza además con la transmisión de



las medidas de seguridad y prevención adoptadas en todo el territorio para garantizar el desarrollo de un turismo seguro tanto a residentes como a turistas internacionales y a los trabajadores del sector.

La actividad en redes sociales también viene siendo modulada en función de la incidencia de la pandemia en cada mercado emisor, de forma que, en aquellos en los que no es posible viajar a España, se ha optado por una estrategia de comunicación basada en el mantenimiento de la notoriedad del destino España y el reforzamiento de los lazos emocionales de los turistas con nuestro país.

Por su parte, en aquellos países abiertos a los flujos turísticos con España, se han reactivado las acciones de marketing, priorizando las de marketing en línea y ajustándolas con carácter casi diario según la evolución de los mercados.

A lo largo de todo este tiempo se ha realizado, también, una labor de refuerzo de la formación en línea sobre el turismo español para agentes y operadores turísticos.

Madrid, 25 de septiembre de 2020

