

RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/20693

25/08/2020

50432

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

RESPUESTA:

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 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. Está dotado con 4.262 millones de euros.

El Plan de impulso está en marcha, si bien no puede cuantificarse porcentualmente todavía, ya que hay convocatorias en proceso y se está actualmente trabajando en ellas.

Por otro lado, se señala que la planificación de marketing para el periodo 2020-24 habrá de adaptarse necesariamente a la nueva situación de los mercados emisores resultante de la pandemia, dado el profundo efecto que la misma ha tenido en todos los flujos turísticos internacionales, en el sector emisor y en las empresas españolas.

En dicha planificación se tendrá en cuenta la información de los mercados aportados por las consejerías de turismo, el resultado de análisis e informes de terceras partes, así como los estudios realizados *ad hoc*.

Con todo ello, se continuará trabajando con campañas de marketing que refuercen nuestros atributos de marca turística y potencien aquellos aspectos de interés para atraer a un turista de calidad y sostenible.



En el marco del citado 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.

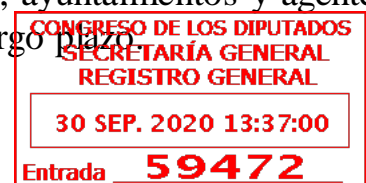
Las guías, que han sido elaboradas junto a Comunidades Autónomas, el sector y los agentes sociales, contienen especificaciones de servicio, limpieza y desinfección, mantenimiento y gestión del riesgo para los diferentes subsectores del sector turístico. Además de ser homogéneas para todo el territorio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

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

Es destacable que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha mantenido multitud de encuentros con diferentes representantes del sector turístico, y el contacto es constante.

En este sentido, se remarca que el Plan Específico de Inversiones para el sector turístico, en el que trabaja el Gobierno, 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 agentes sociales y económicos, para relanzar el sector en el medio y largo plazo.





Se está trabajando intensamente para paliar los efectos de la crisis sanitaria en el sector turístico y no se descarta *a priori* prorrogar los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en los sectores de hostelería comercio y turismo.

Además, cabe señalar que el 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 de la COVID-19. 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, que apela a las emociones de los turistas durante sus vacaciones en los destinos españoles y les traslada que estamos listos para recibirles.

La campaña de verano se ha desarrollado 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.

En este sentido, cabe señalar que, 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.

Para finalizar, se destaca que 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, 30 de septiembre de 2020