



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/21282

01/09/2020

51403

**AUTOR/A:** TOSCANO DE BALBÍN, Carla (GVOX)

#### 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, no se descarta *a priori* prorrogar los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en los sectores de hostelería comercio y turismo.

En este sentido, se remarca que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha mantenido multitud de encuentros con diferentes representantes del sector turístico, y mantiene con ellos un contacto constante.

El Gobierno trabaja en un Plan específico de Inversiones para el turismo, que 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.

Así, 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.

En concreto, destacable que el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) ha trabajado desde siempre de manera conjunta y coordinada con la Comunidad Autónoma de La Rioja para su promoción en los mercados internacionales.

Esta dinámica de trabajo continúa siendo la misma, pero ajustada a las circunstancias actuales y a las que se planteen en el corto y medio plazo. En este sentido, el plan de acciones acordado por TURESPAÑA con la Comunidad Autónoma de La Rioja para el 2020 ha sido revisado por ambas partes el pasado mes de junio para ajustarlo a la nueva situación.

Así, la Secretaría de Estado de Turismo y TURESPAÑA están en continuo contacto con los responsables de turismo de la Comunidad Autónoma de La Rioja de cara a continuar con la promoción de España, en general y con La Rioja, en particular. Los Planes que se acuerden serán después ejecutados por los servicios centrales y por las distintas Consejerías de Turismo de la red en el exterior.

La promoción a realizar incluirá, además de todas las actividades incluidas en el Plan Operativo Anual acordado por la Comunidad Autónoma y TURESPAÑA, la campaña de comunicación y publicidad internacional con todas sus herramientas (publicaciones digitales, videos, contenido y marketing en redes sociales, portal Spain.info, etc.).

En toda esta promoción se pondrán en valor los recursos de la Comunidad Autónoma que permitan atraer una turista de calidad y sostenible, de acuerdo con las prioridades la política turística española. En concreto, se destacarán los recursos naturales, culturales, patrimoniales y gastronómicos de La Rioja. En este sentido, se recuerda que la Secretaría de Estado de Turismo apoya específicamente al enoturismo a través del apoyo financiero a Rutas del Vino de España.

Además, ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX) ha puesto en marcha diferentes acciones para que el tejido empresarial del sector vitivinícola pueda retomar la actividad de promoción internacional tras la situación generada por la COVID-19.

Un plan de acción que contempla el último semestre de 2020 y el primero de 2021. En el caso del sector del Vino se da la circunstancia de que el canal HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) ha sido uno de los más duramente castigados, perjudicando gravemente los intereses de nuestras empresas.





El objetivo de todo este programa es poner en manos de las empresas diferentes instrumentos, algunos novedosos, otros poco transitados por el sector, que no supongan ni cargas ni reajustes adicionales a los ya generados por crisis sanitaria. Y, de forma paralela, ayudar tanto a impulsar la venta de vinos españoles en los mercados internacionales, como a fortalecer nuestra imagen exterior.

Un nuevo enfoque para instrumentos tradicionales: Junto a todos estos instrumentos promocionales, ICEX también hará un ejercicio de revisión de todos los grandes certámenes internacionales que tendrán lugar en el último cuatrimestre del 2020 y en el primero del 2021 para seleccionar aquellos de especial importancia para las empresas españolas del sector y ofrecer formatos de participación versátiles.

La participación española en los eventos seleccionados no se limitará a la exposición de alimentos y vinos, sino que incorporarán espacios donde se amplifique la puesta en valor de los productos españoles. Estos espacios se convertirán en el centro neurálgico del pabellón de España y se adaptarán a la idiosincrasia de los mercados y su interés por los vinos españoles.

Todos estos espacios cuentan con una agenda diseñada para atraer hacia el pabellón español a importadores, distribuidores, jefes de compra de grandes cadenas de restauración y comercializadores internacionales, prensa, blogueros y otras diferentes tipologías de prescriptores según el sector.

Todas estas herramientas de promoción planteadas por ICEX y en las que participará la empresa española se verán reflejadas en la sección *Upcoming Events* del portal [www.foodswinesfromspain.com](http://www.foodswinesfromspain.com). Allí se recogerá el día a día de las actividades y se le hará un reconocimiento a la empresa española participante, de tal forma, que el importador, distribuidor o prescriptor de opinión tenga a su mano todos los datos necesarios para saber quién es quién en el evento y lo pueda canalizar hacia la comercialización de productos agroalimentarios españoles.

Por otra parte ICEX sigue apostando por las misiones inversas a Ferias Españolas del sector. En concreto, en 2020 ha promovido una misión de compradores internacionales a la Barcelona WineWeek el pasado mes de febrero. En 2021 participará activamente en la misión de compradores internacionales a FENAVIN. Mientras estas misiones estén restringidas, las catas virtuales con profesionales sean importadores, prescriptores o periodistas internacionales.

Adicionalmente, para promocionar el vino español ICEX aprovecha además los fondos europeos de la OCM en tres mercados estratégicos (Estados Unidos, Canadá y China). Con estos fondos se promoverá la imagen de excelencia y diversidad de nuestros vinos en estos países.



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, 01 de octubre de 2020