



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/21676 a 184/21689

03/09/2020

51946 a 51959

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

RESPUESTA:

En relación con las preguntas formuladas Sus Señorías, se informa que 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, 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.

Destaca en este Plan de Impulso la convocatoria de ayudas a planes de sostenibilidad turística en destinos, una financiación tripartita Administración General, Comunidades Autónomas y entidades locales que se encuentra en los últimos días de presentación de proyectos y que van a fomentar la reactivación de destinos turísticos



tanto consolidados como pioneros, tras la reunión de la Conferencia Sectorial de Turismo que los aprobará.

De los cinco ejes del Plan de Impulso, uno de ellos está dedicado a una Campaña de branding y promoción hacia un turismo seguro y sostenible pos-COVID-19 centrado en utilizar herramientas de marketing y promoción para posicionar a España como un destino seguro y sostenible, tanto de cara al turismo nacional como internacional.

En este sentido, se destaca que el Plan de Impulso ha activado 200.000 euros para 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 otro lado, se señala que la reactivación de los mercados se centrará en las acciones a corto plazo que la red de Consejerías de Turismo en el exterior pondrá en marcha para reactivar de forma rápida el turismo internacional hacia España. Además,





se va a trabajar en una estrategia turística fuerte que culmine en un Plan Estratégico 2021-2024.

En este sentido, se informa que, también el 18 de junio, se presentó la campaña del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para animar a los españoles a viajar por España este verano bajo el lema “Lo increíble está más cerca de lo que crees”

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.

Respecto al Plan Estratégico de Marketing 2021-2024, si bien no se puede establecer una fecha precisa de comienzo de los trabajos, ya que depende de la propia tramitación administrativa, se estima que será a finales de octubre de 2020. La fecha de finalización del Plan estará condicionada por el propio procedimiento de contratación administrativa y adjudicación. La previsión la finalización del Plan en el primer cuatrimestre de 2021.

Este Plan Estratégico se estructura en base a la rentabilidad y sostenibilidad económica, social y medioambiental, para ahondar en la desestacionalización, dispersión regional, desconcentración de los flujos turísticos y diversificación de mercados.

También plantea un desarrollo estratégico basado en aspectos como el posicionamiento de España como destino turístico, que posibilite el establecimiento de estrategias de promoción turística diferenciadas según la tipología de mercados emisores. Igualmente, este plan persigue consolidar una estrategia focalizada en segmentos prioritarios de consumidores.

Entre sus líneas de actuación el Plan pretende consolidar un modelo de inteligencia turística basado en los datos, así como el reforzamiento del marketing digital.

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.

Para ello, 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.

Además, 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.

En este sentido, se destaca que se estudiarán las nuevas medidas que la situación pueda requerir en cada momento, según la evolución de la pandemia y los datos económicos de cada sector.

Por otra parte, respecto al pequeño comercio, el Gobierno está tomando medidas para ayudarlo a superar el impacto de la crisis del coronavirus teniendo en cuenta la importancia que este sector tiene en la economía nacional.

La situación vivida durante el estado de alarma y los meses posteriores han puesto de manifiesto que la inversión en herramientas digitales y analítica avanzada de datos va a ser esencial para un sector comercial más eficiente, para estar más cerca de un consumidor cada vez más conectado, que busca lo local y lo cercano, en omnicanal y en una nueva socialidad (más conexión, más tiempo en casa, más distancia social)

Por todo ello, desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo se lleva trabajando en una serie de medidas con el fin de asegurar la sostenibilidad del pequeño comercio.

La política que está siguiendo el ministerio de cara a la adopción de medidas pasa por la coordinación con las Comunidades Autónomas, con el fin de buscar aquellas medidas óptimas que den una respuesta adecuada a los problemas de la actual crisis.

Así, desde el inicio de la crisis se han celebrado reuniones periódicas con las Comunidades Autónomas (por ejemplo, los días 18 de marzo, 1 y 29 de abril y 10 de junio) en las que se han tratado los diferentes problemas que han venido aconteciendo y se ha coordinado los objetivos de las ayudas al comercio. Además, se mantiene un contacto directo y continuo con las Comunidades Autónomas.



De cara a fomentar el consumo en las tiendas de calle se ha planificado el desarrollo de una campaña de publicidad. Esta campaña consistirá en mensajes de promoción del comercio de proximidad con el objetivo de contribuir a la sostenibilidad del comercio minorista, poniendo de manifiesto la seguridad en los locales y la profesionalidad de los comerciantes.

Además, se ha rediseñado el programa de ayudas que viene desarrollando la Secretaría de Estado de Comercio junto con la Cámara de Comercio de España para el aumento de la competitividad del pequeño comercio, con objeto de adaptarlas a las necesidades actuales del pequeño comercio. La situación en las Comunidades Autónomas y Ciudad Autónoma por las que se interesan Sus Señorías es la siguiente:

En Castilla-La Mancha se destinan en este año 179.935 euros, y se prevé realizar 89 diagnósticos individualizados de asesoramiento para la digitalización, 20 jornadas de capacitación y apoyar 6 campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 1.199 comercios.

En País Vasco, se prevé realizar 93 diagnósticos individualizados de asesoramiento para la digitalización y 45 jornadas de capacitación, se estima que se beneficiarán de las acciones 993 comercios.

En La Rioja, se prevé realizar 11 jornadas de capacitación y apoyar dos campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 277 comercios.

En Melilla, se prevé realizar dos campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 250 comercios.

En Extremadura, se prevé realizar 24 jornadas de capacitación y apoyar 22 campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 1.925 comercios.

En Cantabria, se prevé realizar 34 jornadas de capacitación, se estima que se beneficiarán de las acciones 680 comercios.

En el Principado de Asturias, se prevé realizar 29 diagnósticos individualizados de asesoramiento para la digitalización y 38 jornadas de capacitación, se estima que se beneficiarán de las acciones 789 comercios.

En Andalucía, se prevé realizar 128 diagnósticos individualizados de asesoramiento para la digitalización, 68 jornadas de capacitación y apoyar 29 campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 5.927 comercios.



En la Región de Murcia, se prevé realizar 50 jornadas de capacitación y apoyar dos campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 2.300 comercios.

En Aragón, se prevé realizar 47 jornadas de capacitación y apoyar 5 campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 1.430 comercios.

En Galicia, se prevé realizar 105 diagnósticos individualizados de asesoramiento para la digitalización, 9 jornadas de capacitación y apoyar 3 campañas de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 435 comercios

En la Comunidad Foral de Navarra, se prevé realizar 25 jornadas de capacitación y apoyar una campaña de dinamización de las ventas, se estima que se beneficiarán de las acciones 650 comercios.

Sobre esta materia, las nuevas tecnologías constituyen una herramienta imprescindible para que el pequeño comercio pueda desarrollar nuevas formas de negocio que le permitan ampliar su espectro de clientes y poder llegar a ellos en cualquier circunstancia.

La limitación de actividad en este sector con motivo de la COVID-19 la epidemia lo ha evidenciado nuevamente. Aquellos que han podido disponer de herramientas tales como la venta o prestación de servicios online, facilidades de pago telemático, marketing digital, telegestión etc. se han situado en una posición de ventaja frente a quienes no han dispuesto de estos recursos.

Desde el Gobierno se apoyará la sostenibilidad de los comercios físicos y su modernización a través de la digitalización y la omnicanalidad, haciéndoles motores de la economía.

El Gobierno está trabajando actualmente en un Plan de impulso para la modernización del comercio que estará dirigido prioritariamente a facilitar la digitalización, el uso de herramientas tecnológicas en la gestión de los negocios, abriendo la posibilidad de la venta en línea, la formación e información en estos ámbitos, buscando la omnicanalidad como solución a la posibilidad de ejercer la actividad comercial en cualquier canal que el consumidor decida seguir a la hora de realizar su compra. Sus objetivos son transformar el comercio y hacer de él un sector más resiliente y competitivo.



La dimensión de este Plan vendrá determinada por los fondos europeos que puedan destinarse a las nuevas iniciativas. Se articula en 5 pilares

- Digitalización.
- Sostenibilidad social y medio ambiental.
- Gobernanza, competitividad y competencia leal.
- Capacitación, Formación e Información.
- "Recuperar la confianza y sensibilización del consumidor" incluye una Campaña para recuperar la confianza en el comercio físico e incentivar el consumo en el comercio de proximidad.

Por otra parte, sobre los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) debe señalarse que las prórrogas vigentes están recogidas en el Real Decreto-ley 24/2020, de 26 de junio, de medidas sociales de reactivación del empleo y protección del trabajo autónomo y de competitividad del sector industrial. Esta norma ha supuesto un paso más en el apoyo a los ERTE como instrumento de reactivación económica.

Este proceso de flexibilización de los ERTE ha venido determinada por el diálogo social que, primero, con el Acuerdo Social en Defensa del Empleo (I ASDE), que dio lugar al Real Decreto-ley 18/2020, y el II Acuerdo en Defensa del Empleo (II ASDE), recogido en el Real Decreto-ley 24/2020, después, se atiende a las necesidades específicas para la reactivación de la economía en el corto plazo, con la idea de revisar la evolución y determinar las medidas que en cada momento puedan ser precisas, y con vocación de futuro.

Así se prorroga el espíritu de las medidas extraordinarias y excepcionales previstas en el Real Decreto-ley 8/2020 pero adaptándolas al momento actual, con fundamento en la persistencia de los efectos de la crisis sanitaria en el funcionamiento regular de las empresas y su capacidad de prestación íntegra de servicios, el carácter no homogéneo de dicha recuperación y la posibilidad de que puedan restablecerse, con un alcance limitado, ciertas restricciones de actividad por razones sanitarias.

Además, en el Real Decreto-ley 18/2020, de 12 de mayo, incluyó la constitución de una Comisión Tripartita de seguimiento con el objetivo específico de valorar la prórroga de las medidas en materia de regulación temporal de empleo en determinados sectores especialmente afectados. Por lo tanto, si los diferentes agentes sociales apreciasesen que son necesarias nuevas prórrogas, las mismas podrían analizarse en el marco de esta Comisión Tripartita.

En lo que se refiere a la economía social y el trabajo autónomo, y sin perjuicio de las competencias que corresponden a otros ministerios y a las Comunidades



Autónomas, desde el Ministerio de Trabajo y Economía Social se está desarrollando un importante trabajo institucional para atender las necesidades de estos sectores.

En este sentido, se han constituido cuatro mesas de diálogo para estudiar la situación actual y trasladar las demandas de todos los sectores, incluido el turismo y el comercio, así como evaluar la realidad de sus empresas, y el grado de recuperación de la actividad entre otros, de modo que las soluciones sean certeras y consensuadas con sus protagonistas.

Igualmente, desde el Ministerio de Trabajo y Economía Social se va a impulsar por primera vez de forma coordinada y conjunta, las Estrategias de la Economía Social, el Trabajo Autónomo y la Responsabilidad Social de las Empresas, que serán un espacio de diálogo y colaboración entre administraciones, y canalizarán las demandas de los tres colectivos, incluyendo el del colectivo del trabajo autónomo.

Además, cabe referirse a la Convocatoria de subvenciones publicada el 17 de julio de 2020, de carácter nacional, con una dotación presupuestaria de 4.282.169,86 euros, relativa a las actividades de promoción del trabajo autónomo, de la economía social, y de la responsabilidad social de las empresas, la cual ha introducido nuevas líneas prioritarias temáticas a efectos de valoración de las solicitudes y que apoya el trabajo autónomo en todos los sectores, entre ellos el turismo y el comercio:

- Apoyo y asesoramiento a personas autónomas y promotoras de la economía social en la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras, su consolidación y mantenimiento, incluida la diversificación de la actividad y la adaptación a escenarios con mercados cambiantes, como el provocado por la COVID-19.
- Generación de redes de apoyo entre trabajadoras y trabajadores autónomos y entidades de economía social, para el intercambio de buenas prácticas y la creación de herramientas favorecedoras de la generación y mantenimiento de empleo, que permitan la reactivación de la actividad económica.
- Puesta en marcha de líneas para apoyar la digitalización de las personas emprendedoras, autónomas y promotoras de la economía social para mejorar la competitividad y para transitar hacia fórmulas alternativas de llevar a cabo la actividad económica.
- Realización en el ámbito del trabajo autónomo, de la economía social y de la responsabilidad social de las empresas, de actividades de lucha contra la crisis provocada por la COVID-19 y de preparación de la transición a un escenario de recuperación.



Y, por último, se destaca la Estrategia Nacional de Impulso del Trabajo Autónomo 2021-2027m que recogerá un conjunto global de medidas en clave social, inclusiva, territorial, digital y sostenible con las que facilitar el inicio, desarrollo y relevo generacional de la actividad por cuenta propia.

Madrid, 01 de octubre de 2020