



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/28101

13/11/2020

71077

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

RESPUESTA:

La partida por la que se interesan Sus Señorías corresponde a una subvención nominativa a la Alianza de Municipios Turísticos de Sol y Playa (AMT). La AMT nació de la iniciativa de ocho destinos turísticos pioneros en España -Adeje, Arona, Benidorm, Calvià, Lloret de Mar, Salou, San Bartolomé de Tirajana y Torremolinos-, cuya singularidad turística y compromiso con la digitalización del sector, la sostenibilidad, la accesibilidad y la cooperación entre destinos, representa un conjunto de fortalezas comunes que les permitirán mantener su posición de liderazgo en el sector.

La AMT se formó en 2017 reuniendo a los ocho municipios turísticos españoles que suman en su conjunto más de 60 millones de pernoctaciones, y producen más del 20% del total de las pernoctaciones extranjeras en nuestro país. Estos ocho destinos pioneros se alían para poder mejorar la estrategia de los problemas comunes que comparten, colaborando entre ellos de forma óptima.

Sus objetivos son la promoción y desarrollo de nuevos conocimientos orientados a los destinos; fomentar la investigación y el uso de nuevas tecnologías; desarrollar proyectos comunes para captar fondos supramunicipales; promover la cooperación entre las administraciones, empresas y agentes del sector; posibilitar la integración en entes similares de ámbito nacional e internacional; potenciar estrategias colectivas para aumentar la competitividad; desarrollar sinergias y estrategias conjuntas de innovación urbana; y promover la formación y cualificación del empleo en el ámbito turístico.

Desde la AMT se valora el Plan de Modernización y Competitividad del sector turístico como una gran oportunidad de reposicionamiento para los destinos pioneros. El objetivo es el de mejorar la competitividad y rentabilidad de la industria, de los destinos turísticos, y de las empresas, en su mayoría Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), que los conforman.



Desde su creación, la AMT reclama la necesidad de un sistema específico de financiación que se plasme en un mayor soporte financiero por parte de la Administración Pública, de cara a poner en marcha proyectos orientados a mejorar la competitividad de los destinos, y, por tanto, los positivos resultados económicos que España viene registrando en los últimos años en materia turística. Y, con mayor fuerza en este año, que la pandemia deja una situación especialmente dura en estos destinos, y en concreto, en el sector turístico.

El producto turístico de sol y playa, asociado con el ocio, el descanso, la diversión y el entretenimiento ha sido y sigue siendo uno de los motores motor de la actividad turística española hasta situarse en una posición de liderazgo a nivel mundial que ha tenido una gran influencia en la economía del país. El turismo de "sol y playa" sigue siendo la principal fuente de ocupación y empleo en muchas comunidades españolas.

La evolución para seguir manteniendo el mercado, incluso atraer nuevos mercados, hay que buscarla hoy en la capacidad de revisar, reconvertir y adaptar el turismo de sol y playa a las nuevas demandas y avanzar en su desarrollo sostenible; teniendo en cuenta las tendencias socio-demográficas, posicionándose en un entorno de crecimiento cualitativo y competitivo, donde hay que prever una mayor segmentación de la demanda.

Los destinos turísticos de "sol y playa" deben rediseñar su modelo con más propuestas de valor que aporten beneficio económico, social y medioambiental; y saber recalificar de forma integral sus ciudades transformando su realidad con visión de futuro.

En este sentido, para el desarrollo del turismo de "sol y playa", hay que tender a un mayor grado de especialización de la oferta para conseguir atraer mayores segmentos en preferencias y motivaciones.

En este panorama existen retos importantes a abordar como es la calidad urbana y medioambiental; desarrollar una oferta con altos niveles de servicio y profesionalidad en todas las actividades turísticas implicadas en el producto.

También es importante incorporar y consolidar nuevas marcas como el turismo deportivo; el turismo náutico; el turismo de reuniones, congresos e incentivos; el turismo de compras, el turismo de salud y bienestar con oferta exclusiva, etc.; que además implicaría, en su conjunto, una apuesta decidida para mejorar la cantidad y la calidad de las infraestructuras, así como la accesibilidad y la movilidad de los destinos, además de la sostenibilidad y calidad del entorno con mayor sensibilidad hacia la preservación —del medio ambiente y la minimización de impactos negativos.

Madrid, 11 de diciembre de 2020

