



En las Jornadas de Turespaña

Maroto subraya la fortaleza de la imagen turística de España: “Hay un deseo de volver a viajar a nuestro país”

- Mientras llega la recuperación, el Gobierno perfila su plan para modernizar y hacer más competitivo el sector
- Con una inversión de 3.400 millones de euros de los fondos europeos, se abordarán los retos pendientes para diversificar y desestacionalizar la oferta
- Turespaña centra su estrategia de promoción e información en hacer de España un prescriptor de viajes seguros

27.01.21. Las restricciones internacionales a la movilidad provocadas por la necesidad de combatir la pandemia de COVID-19 no están afectando especialmente a España como destino, como reflejan diversos estudios publicados recientemente y que miden la intención de volver a viajar del turista internacional.

“Nuestra imagen no se ha visto perjudicada y hay un deseo de los turistas de volver a viajar a España”, ha constatado la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, en la inauguración de las jornadas virtuales “**Reset and Restart: Nuevas oportunidades para un sector de futuro**”, que organiza Turespaña y a las que se han inscrito más de 4.000 personas.

A pesar de las incertidumbres con las que afronta el sector este 2021, la ministra ha hecho hincapié en las certezas que permiten ser optimistas sobre el futuro. “La primera certeza es la disponibilidad de vacunas y el inicio de la vacunación en muchos países que ofrecen un horizonte de

esperanza para inmunizar a una mayoría de la población que estaría en condiciones de viajar con seguridad a finales de primavera, donde esperamos esté inmunizada entre un 30 y un 40% de la población. La segunda certeza es que sabemos que la recuperación de la movilidad traerá consigo una rápida reactivación de turismo”. En esa etapa de recuperación, ha subrayado la ministra, la red de Oficinas de Turismo en el Exterior va a desempeñar un rol de liderazgo, como está demostrando ya Turespaña con su estrategia de comunicación ‘Travel Safe’, que está posicionando a España como prescriptora de viajes seguros. Maroto ha puesto en valor también el liderazgo ejercido por España en el plano internacional para favorecer la movilidad de manera segura con iniciativas como los test en origen o los corredores turísticos.

“Debemos redoblar los esfuerzos para trasladar al exterior un mensaje de confianza porque sabemos que los turistas quieren venir a España y que, si se les proporcionan las condiciones de seguridad necesarias, están dispuestos a hacerlo”, ha remarcado.

Esta conclusión se basa en los resultados de informes como los que publica periódicamente la European Travel Commission. Según su última oleada publicada este mes de enero, el 52% de los europeos planea viajar en los próximos seis meses, el 67% se siente seguro como para disfrutar de su viaje con los estrictos protocolos de salud y seguridad y España sigue siendo el país preferido para viajar, ha resumido la ministra.

También los datos del Estudio de Posicionamiento de España como Destino Turístico que ha elaborado conjuntamente Turespaña con el Instituto Elcano muestran que España es el segundo destino preferido para próximos viajes después de Italia.

Plan de modernización y competitividad del turismo

Mientras llega la recuperación, el Gobierno está trabajando ya en un plan de modernización y competitividad del sector turístico que contará con una inversión de 3.400 millones de euros en los próximos tres años procedentes del fondo de recuperación europeo Next Generation.

El secretario de Estado de Turismo, Fernando Valdés, ha presentado en las mismas jornadas los cinco ejes de actuación sobre los que pivota este plan que permitirá abordar por fin los retos que el sector venía enfrentando desde hace tiempo y que la pandemia ha acelerado, como son la necesidad de diversidad y desestacionalizar más nuestra oferta.

“España concentra el 45% visitas internacionales entre junio y septiembre, mientras que los destinos donde se concentran 11 millones de visitas internacionales al año representan menos del uno por ciento de nuestra población”, ha dicho Valdés a modo de ejemplo. “España es líder y lo seguirá siendo en producto de sol y playa. Pero existe un espacio de mejora para diversificar nuestro producto, pues cada vez son más quienes nos visitan por nuestra gastronomía, por nuestro ocio alternativo, para practicar

deportes de invierno o participar en visitas culturales. Es mucha también la capacidad de crecimiento que tenemos en visitas de corta estancia”, ha apuntado.

Los cinco ejes sobre los que se estructura el plan de modernización y competitividad del sector turístico son, según ha explicado el secretario de Estado, la sostenibilidad de los destinos; el desarrollo de producto turístico; la digitalización; las estrategias de resiliencia en territorios extrapeninsulares y actuaciones en materia de competitividad.

Sostenibilidad, el buque insignia

El buque insignia del plan serán los Planes de Sostenibilidad Turística, que contarán con una inversión de más de 1.800 millones de euros y que irán destinados a modernizar destinos pioneros, desarrollar destinos de Interior y potenciar destinos urbanos, siempre desde la perspectiva de la sostenibilidad desde una triple dimensión: medioambiental, socioeconómica y territorial.

El segundo eje, con una inversión cercana a los 100 millones de euros, tiene que ver con una estrategia de desarrollo de producto que se hará a través de la colaboración público-privada y el apoyo de la Secretaría de Estado de Turismo a los clubes de producto para promocionar actividades en auge como el enoturismo, el cicloturismo, el turismo congresual o el cultural, entre otros.

Para avanzar en la digitalización del sector, el plan prevé 375 millones de euros a los que podrán optar empresas que presenten proyectos y soluciones innovadoras asociadas, por ejemplo, a la gestión de las reservas, la ciberseguridad o la gestión de sus capacidades.

Las estrategias de resiliencia para Canarias y Baleares contemplan 100 millones de euros para cada una de las Comunidades y otros 10 millones para cada una de las ciudades autónomas.

Por último, el plan contempla diversas actuaciones para mejorar la competitividad del sector, ayudando a las empresas en su transición verde, invirtiendo en la conservación del patrimonio histórico para uso turístico y ordenado la oferta de Viviendas de Uso Turístico.