

Plan de impulso para el sector turístico

El 18 de junio se ha presentado el Plan de impulso para el sector turístico. El turismo es un sector estratégico por su especial peso en el PIB y en el empleo, pero también, por su papel clave en la vertebración social y territorial del país y de sus Comunidades Autónomas. El sector turístico representa, aproximadamente, el 12% del Producto Interior Bruto (PIB) de España, con un inigualable desarrollo y excelencia en hostelería y transporte. Además, este sector empleaba a principios de 2020 al 13,6% del total de los afiliados a la Seguridad Social en nuestro país.

Más allá de los efectos que pueda tener en muchos sectores económicos y en su cadena de producción, el brote de COVID-19 está teniendo un impacto muy directo y nefasto sobre el turismo mundial. El pasado 7 de mayo, la Organización Mundial del Turismo revisó sus perspectivas para 2020, estimando una caída en las llegadas de turistas internacionales entre el 60 y el 80% en relación con 2019, lo que supondría una pérdida de entre 910.000 millones y 1,2 billones de dólares mundiales en ingresos por exportaciones del turismo. En España, solo en el mes de abril se han perdido más de 7 millones de turistas internacionales y un gasto asociado de 7.000 millones de euros (datos de FRONTUR correspondientes a abril de 2020, INE).

PLAN DE IMPULSO DEL SECTOR TURÍSTICO: HACIA UN TURISMO SEGURO Y SOSTENIBLE POS- COVID-19

El turismo es, por sus características, un sector horizontal que afecta, prácticamente, a todos los sectores económicos y es capaz de generar actividad inducida en sectores como el comercio, el ocio y los servicios en general. Según la Comisión Europea, por cada euro de valor añadido generado por el turismo, este aporta 0,56 euros adicionales a otros sectores económicos. Es por ello que el sector turístico en España se configura como una actividad socioeconómica esencial para la creación de riqueza y empleo, lo

que hace posible que su comportamiento repercuta de manera directa en el aumento de la riqueza nacional.

En línea con esta apuesta decidida por el Turismo como elemento estratégico de nuestro modelo productivo, y en el proceso de reconstrucción económica y social, es urgente poner en marcha **un Plan de Impulso al Sector Turístico pos-COVID-19**, para posibilitar su recuperación, paliar, en la medida de lo posible, los efectos adversos de la pandemia sobre su actividad, y asegurar la continuidad y competitividad del sector. Se trata de un Plan cuyas medidas se integran en la estrategia europea de recuperación, pudiendo ser escaladas y reforzadas con las acciones e instrumentos financieros que se desarrollen a nivel comunitario.

Las medidas del Plan se estructuran en cinco pilares que se desarrollan a su vez, en 28 medidas y cuentan con dotación económica total de 4.262 millones de euros, distribuidos de la siguiente manera:

I. RECUPERAR LA CONFIANZA EN EL DESTINO: POR UN DESTINO 360º SEGURO	200.000€
II. MEDIDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR	3.362.353.840€
III. MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO	859.000.000€
IV. MEJORA DEL MODELO DE CONOCIMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA	3.100.000€
V. MARKETING Y PROMOCIÓN	38.100.000€
TOTAL	4.262.753.840€

CINCO PILARES

1.- Recuperar la confianza en el destino: por un destino 360º seguro

- Es fundamental que todos los eslabones de la cadena de valor del sector turístico incorporen medidas higiénico-sanitarias específicas para cada uno de ellos, medidas que permitan ofrecer confianza al viajero.

- Se han elaborado 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. Serán normas UNE y normas ISO.
- Se promueve la creación de un distintivo que permita dar publicidad a los establecimientos que se comprometen a seguir las indicaciones de las Guías.
- El Gobierno de España considera recomendable la puesta en marcha de proyectos piloto de apertura del país al turismo internacional.

2.- Medidas para la reactivación del sector

- El Gobierno de España ha adoptado un paquete de medidas económicas y sociales centradas en el apoyo a las empresas y en los trabajadores para superar la crisis económica derivada del COVID-19. Algunas de esas medidas tienen carácter sectorial; otras afectan al conjunto de la economía. El primer paquete de medidas adoptadas incorporó medidas de carácter sectorial (la ampliación de la Línea ICO Sector Turístico y actividades conexas Covid-19/Thomas Cook, la ampliación de la bonificación de los trabajadores fijos-discontinuos o la suspensión de los plazos de devolución de préstamos del programa EMPRENDETUR) pero también medidas para la economía general destinadas principalmente al mantenimiento del empleo a través de la flexibilización a través de ERTE y la inyección de liquidez en las empresas (hasta 100.000 millones de euros en avales, aplazamiento de impuestos y contribuciones sociales o préstamos en condiciones favorables para el sector turístico).
- El objetivo es responder a las necesidades de apoyo derivadas de la prolongación de esta situación excepcional, proteger y dar soporte al tejido productivo y social, minimizar el impacto de la crisis y facilitar que la actividad económica se recupere en cuanto la situación sanitaria lo permita.
- Las medidas también tienen por objetivo fortalecer al sector turístico español y profundizar en su sostenibilidad y resiliencia en el medio y largo plazo.
- Este Plan para la reactivación del sector está compuesto por 4 ejes específicos para el sector turístico: medidas laborales; programa de formación, capacitación y mentoring para el sector turístico; medidas de liquidez y solvencia empresarial, y medidas de estímulo de la demanda de viajes.

- Especial mención debe hacerse al impulso a la formación continua, la capacitación y el mentoring; imprescindibles para mantener la competitividad del sector.

3.- Mejora de la competitividad del destino turístico

Un país turístico como España debe mantener su exigencia competitiva y adaptarse a las reglas que el mercado impone en cada momento. Por tanto, el Plan de Impulso del Sector Turístico Post COVID-19 debe incorporar un eje de mejora de la competitividad del destino turístico. Dicho eje sigue la línea de trabajo marcada en las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030 sobre de la necesaria transformación competitiva del sector, concepto configurado alrededor de la triple sostenibilidad socioeconómica, medioambiental y territorial; además de la decidida apuesta por la digitalización.

4.- Mejora del modelo de conocimiento integral e inteligencia turística

- Esta crisis ha puesto de manifiesto la necesidad de contar, más que nunca, con indicadores, datos e información a tiempo real para poder prever escenarios y comportamientos e implementar, en su caso, las políticas públicas adecuadas.
- Es fundamental el rediseño del vigente sistema de conocimiento e inteligencia turística de España, teniendo en consideración las necesidades de información de comunidades autónomas y del sector
- El nuevo modelo de conocimiento constará de tres partes:
- El análisis de la demanda internacional mediante el refuerzo en la información de mercado, incluyendo las acciones para reforzar la información ya existente sobre demanda internacional y adaptarla a las necesidades actuales.
- El análisis de las variables turísticas y su evolución, lo que permitirá conocer mejor la oferta turística.
- La creación de un nuevo modelo turístico, dirigido a la incorporación de nuevos elementos de conocimiento para superar las limitaciones que afronte.
- La creación de un nuevo modelo de conocimiento e inteligencia se impulsará desde Turespaña y Segittur.
- Este nuevo modelo de conocimiento será la base del nuevo observatorio de inteligencia turística.

5.- Marketing y promoción

- A través de la promoción se posicionará a España como un destino seguro y sostenible, tanto de cara al turismo nacional como internacional.
- La reactivación se producirá primero en el mercado doméstico, y luego en mercados cercanos y mercados emisores de proximidad.
- Se reforzarán las herramientas online
- Se desarrollará una estrategia de promoción fuerte a medio y largo plazo, a través del Plan de Marketing 2020-2024.

Por último incluye un compromiso de los agentes sociales del sector turístico que desglosa es;

- 1.- Compromiso con la actividad empresarial y el mantenimiento del empleo.
- 2.- Protección de las personas trabajadoras y clientes del sector.
- 3.- Compromiso en defensa del sector.

Descarga el documento completo [aquí](#)