

Plan de impulso para el sector turístico:



Hacia un turismo
seguro y sostenible





INTRODUCCIÓN

El turismo: un sector clave para la economía española

El turismo es un sector estratégico para nuestro país y también para la agenda del Gobierno. Es 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. Fue clave para la recuperación de la economía española después de la crisis de 2008 y lo volverá a ser tras los efectos de la crisis sanitaria del COVID-19. 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. En materia de creación de empleo, el turismo ha sido durante los últimos años motor y un sector especialmente integrador de colectivos con mayores problemas de inclusión laboral.

- España ostenta desde 2015 la posición de liderazgo en el Índice de Competitividad Turística elaborado cada dos años por el *World Economic Forum*.
- Ocupa el segundo puesto mundial en gasto realizado por turistas, con 89.856 millones de euros en 2019.
- También, es el segundo país del mundo en número de turistas extranjeros, con más de 83 millones de turistas internacionales recibidos en 2019.
- España se sitúa en tercera posición en el ranking de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones- ICCA 2019 (International Congress and Convention Association) con 595 eventos internacionales.
- La cultura es una herramienta fundamental para potenciar un turismo de calidad. El sector cultural es un elemento dinamizador del sector turístico, que permite diversificar y desestacionalizar la oferta y extenderlo también a la España interior. España dispone de una oferta cultural amplísima que debe consolidarse como elemento potenciador de un turismo de calidad

La cadena de valor del turismo es, sin duda, una de las actividades económicas más afectadas por la actual crisis sanitaria del coronavirus. En efecto, esta crisis ha puesto a prueba nuestro sistema sanitario y alterado gravemente la vida de toda la ciudadanía, así como la marcha de nuestra economía, con un impacto muy relevante sobre la movilidad y los servicios. El sector turístico desarrolla su actividad en un entorno económico globalizado, muy cambiante, en el que una epidemia como la actual ha provocado un cambio en el comportamiento de la demanda debido a la percepción de riesgo y a la incertidumbre que genera su expansión y contagio.

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).

Una respuesta rápida y ambiciosa para reactivar al sector tras el COVID-19

Desde el inicio de la pandemia, el Gobierno ha ido adoptando diferentes paquetes de medidas de contenido económico, laboral y fiscal con el objetivo de permitir mantener la actividad y el empleo del sector turístico mientras se avanzaba hacia la “nueva normalidad”. El primero de esos paquetes, incorporó acciones concretas destinadas al sector turístico: 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 y la suspensión de los plazos de devolución de préstamos del programa EMPRENDETUR. Pero también, se adoptaron en los primeros momentos de la crisis, medidas generales destinadas, principalmente, al mantenimiento del empleo a través de la flexibilización por medio de los ERTE, y la inyección de liquidez en las empresas, con la habilitación de una línea de más de 100.000 millones de euros en avales del Estado, junto al aplazamiento de impuestos y contribuciones sociales o las medidas en materia de arrendamiento de locales de negocio. Todas estas medidas han beneficiado, muy especialmente, al sector turístico.

Así, a través de la línea ICO se han financiado cerca de 83.000 empresas del sector del turismo, ocio y cultura, **con un importe de financiación que supera los 10.500 millones de euros**, a los que habría que añadir 400 millones y 4.724 operaciones de la Línea Thomas Cook COVID-19 para el sector Turístico y actividades conexas. Asimismo, más de 147.000 empresas del sector se han acogido a los ERTE, que **han protegido a 948.000 trabajadores y trabajadoras** que trabajan en nuestro sector turístico. Además, la prestación extraordinaria por cese de actividad, ha beneficiado a más de 260.000 autónomos.

Al mismo tiempo, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con la colaboración de otros departamentos ministeriales, ha desplegado una importante labor en el ámbito europeo para impulsar medidas de estímulo y ayudas a empresas y trabajadores, entre las que cabría destacar la flexibilización de la norma de slots para las aerolíneas (80/20) o la flexibilización en la interpretación de la normativa de viajes combinados y servicios de viaje vinculados respecto de la preferencia por el reembolso a través de bonos.

En el camino hacia la “nueva normalidad”, recuperar la movilidad tanto nacional como internacional, es uno de los grandes desafíos. Las distintas administraciones públicas se encuentran ante el reto de garantizar una movilidad segura, y para ello se han elaborado protocolos y guías higiénico-sanitarias para los distintos modos de transporte colectivo. También es imprescindible garantizar que el destino sea seguro, y para ello, las administraciones cuentan con protocolos de seguridad en los espacios públicos, y las empresas del sector han desarrollado guías en cada una de las actividades que conforman la cadena de valor del turismo. El objetivo es común: **necesitamos seguridad tanto en origen como en destino.**

Una reactivación del sector duradera

En este escenario de incertidumbre, **el sector turístico tiene que seguir trabajando y estar preparado para el momento en que sea posible reiniciar su actividad plenamente.** Para ello, es importante que, en primer lugar, pueda sobrevivir al impacto que ha tenido su paralización, y, a continuación, cuando la actividad se reanude, ha de ser capaz de salir reforzado y más preparado para afrontar los retos futuros.

A pesar de que nuestro país ha vivido anteriormente otras crisis y situaciones de incertidumbre en la movilidad internacional, lo cierto es que, en el caso del brote de coronavirus y su expansión mundial, hemos asistido a un incremento extraordinario en las cancelaciones de viajes y a una paralización casi total en la demanda de los servicios turísticos a corto y medio plazo, tanto en el mercado emisor como en el receptor.

La disrupción que en estos momentos se está produciendo por la expansión del virus está conduciendo a una crisis inédita en este mercado que requiere de una actuación extraordinaria por parte de los todos poderes públicos. Es fundamental que la recuperación se alinee con los principios de sostenibilidad socioeconómica y medioambiental. Se debe apostar por el uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular, tal y como recoge el Pacto Verde Europeo. Además, se debe seguir trabajando en la digitalización



de nuestros destinos turísticos. **Se trata de un esfuerzo en el que debemos trabajar juntos: empresas, trabajadores y sector público.**

Un plan de recuperación europeo “Next Generation EU”

La Comisión Europea ha presentado una propuesta de plan de respuesta a la crisis, **Next Generation EU**, que se articulará mediante diversos instrumentos financieros, desde transferencias no reembolsables a préstamos. El Plan de Recuperación debe atender a los sectores que se manifiestan como estratégicos desde una triple óptica:

- I. construir una Europa más sostenible, resiliente y justa, acelerando para ello las transiciones energética y digital;
- II. impulsar los sectores tractoros sobre la actividad y el empleo;
- III. apoyar los diferentes ecosistemas industriales, con el fin de garantizar la autonomía estratégica de las cadenas de valor y proteger en particular a las pequeñas y medianas empresas.

En el ámbito del turismo, el 13 de mayo la CE publicó una Comunicación sobre turismo y transporte para ayudar a los Estados miembros a eliminar gradualmente las restricciones de viaje y permitir que las empresas turísticas recuperen su actividad, respetando las precauciones sanitarias necesarias. Una comunicación que se desarrolló en otra posterior de 11 de junio.

Ambas Comunicaciones incluyen: i) una **estrategia global** para la recuperación en 2020 y años subsiguientes; ii) un enfoque común para **restablecer la libre circulación y levantar las restricciones en las fronteras interiores** de la UE de forma gradual y coordinada; iii) un marco para apoyar el **restablecimiento gradual del transporte**, garantizando al mismo tiempo la seguridad de los pasajeros y el personal; iv) una recomendación que tenga por objeto hacer de **los bonos de viaje** una alternativa atractiva al reembolso en efectivo para los consumidores sin renunciar al reembolso; y, finalmente, v) criterios para restablecer las actividades turísticas de forma segura y gradual y para desarrollar **protocolos de salud** para establecimientos de hostelería.

Con ello, se establece un **marco coordinado** que apoye la sostenibilidad del sector. Se basa en principios, criterios y recomendaciones comunes (a partir de los establecidos en la hoja de ruta europea para levantar las medidas de contención del coronavirus), y de criterios **objetivos y no discriminatorios** para orientar a los Estados miembros, autoridades regionales y locales, así como a operadores y ciudadanos.

La Comisión considera que no deben perderse los próximos meses para el turismo. Por ello, apuesta por favorecer la capacidad, seguridad y confianza de los viajeros mediante un **levantamiento gradual y flexible de las restricciones en frontera, el restablecimiento de la conectividad y los servicios de transporte**, el uso de **tecnologías digitales** (se crea un sitio web específico, **Re-open EU**, con información actualizada), y la protección de los derechos de los consumidores.

Asimismo, se reconoce que, sin **medidas urgentes y financiación de emergencia**, muchas empresas podrían quebrar, especialmente en las **regiones más afectadas** (islas, regiones costeras, regiones ultraperiféricas y determinadas zonas rurales). Entre las medidas de liquidez para empresas, señala las concedidas dentro del marco temporal de ayudas o la posibilidad de utilizar los fondos de la iniciativa de inversión en respuesta al Coronavirus para financiar a pequeñas y medianas empresas y a las autoridades regionales para que cumplan los protocolos de salud pública. Otras medidas que se abordan en la Comunicación son las estrategias globales de recuperación para las regiones más afectadas y la **promoción del turismo local** a través, por ejemplo, de bonos de patrocinio.

En línea con las recomendaciones de la Comisión Europea, **potenciar de forma decidida la industria turística y el destino turístico de excelencia** basada en criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad en los destinos, productos y servicios turísticos (recualificación de destinos, renovación de la oferta turística, planificación turística), sostenibilidad en su cuádruple acepción (social, laboral, económica y medioambiental), todo ello en torno a una estrategia global turística a nivel europeo, con traslación al ámbito nacional y territorial.

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.

Desde el punto de vista territorial, el turismo es un sector fundamental en la economía de todas las comunidades autónomas, y en especial, de los territorios insulares y de litoral. En general, en todas las CCAA, el turismo es uno de los principales ejes dinamizadores de la actividad económica y del empleo.

Los destinos se enfrentan hoy a grandes retos en el marco de sus competencias: asegurar al viajero conectado una experiencia óptima a lo largo de todo su ciclo de viaje; mantener a su sector al frente de una propuesta de valor competitiva en un mercado en el que tanto el turista como la gran industria son ya netamente digitales; gestionar la creciente afluencia turística que genera presiones sobre sus infraestructuras y servicios públicos; y velar por la sostenibilidad social y ambiental de la actividad en el territorio. En muchos casos, la solución se encuentra en la adopción de nuevas tecnologías que permitan a los destinos gestionar en equilibrio el turismo y el territorio.

En el ámbito de la digitalización, España debería aprovechar sus ventajas. La tecnología ha cambiado la forma de planificar y reservar los viajes, pero también la forma de disfrutarlos y compartirlos. El nuevo turista es exigente, espera recibir un servicio personalizado, demanda experiencias auténticas y destinos que ofrezcan una oferta diferencial, coherente con el entorno natural, social y cultural. El crecimiento de la “economía de datos” continuará fomentando la aparición de nuevos modelos de negocio que, desde dentro o fuera del sector turístico, afectarán a su funcionamiento.

En este sentido, el turismo se enfrenta a un mundo más automatizado, donde el cliente exigirá más valor añadido, flexibilidad y personalización en cada interacción. Y esas interacciones serán, en gran parte, digitales. Además, la tecnología no sólo será un instrumento en manos del cliente, sino que las empresas y los destinos podrán utilizarla para mejorar el conocimiento sobre los consumidores y sus preferencias, y para mejorar la experiencia del usuario.

Por otro lado, en el ámbito de la sostenibilidad, España cuenta con atractivos que se unen a nuestras extraordinarias fortalezas, como son el clima, la seguridad, la salud y la calidad de nuestros servicios e infraestructuras para proporcionar el liderazgo turístico. También contamos con un tejido empresarial muy competitivo, capaz de dar una respuesta satisfactoria a las demandas cada vez más exigentes de las personas que nos visitan. Es hora de dejar de medir el éxito del modelo turístico español exclusivamente por el aumento del número de turistas.

Se ha constatado la necesidad de poner en marcha medidas que garanticen la sostenibilidad de nuestro sector turístico a largo plazo, y eso es lo que se abordará en la próxima **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030**. Una estrategia a construir sobre el consenso, con la participación de todos los actores para marcar las



líneas maestras que han de orientar la evolución de este sector clave para España. Una estrategia para sentar las bases del modelo turístico del futuro. Un modelo apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y la rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo.

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.

Por todo ello, el Gobierno presenta este Plan de Impulso del Sector Turístico post COVID 19, en el marco de una transición hacia un modelo económico más sostenible e inclusivo, aprovechando el posicionamiento del sector como industria estratégica y centrando los esfuerzos en conseguir un destino turístico seguro y sostenible.

En este contexto, se apoyará la adopción a nivel comunitario del ya indicado y ambicioso Plan de Recuperación, de modo que se pueda destinar una parte de sus recursos a reforzar la seguridad, competitividad y digitalización del sector turístico.

Las medidas del Plan se articulan en torno a **cinco grandes pilares**:



Estos cinco pilares 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 360° 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€



Hay que tener en cuenta que, desde el inicio de la pandemia y hasta el 1 de junio, el Gobierno ha desplegado un plan de choque que ha beneficiado a empresas y trabajadores y trabajadoras del sector turístico con una aportación de **15.273 millones de euros**:

	Sector Turístico (millones €)
Extensión temporal de ERTE en condiciones especiales para el sector turístico	3.450
Extensión temporal de la prestación extraordinaria por cese de actividad para autónomos del sector turístico	628
Línea de avales del ICO	10.524
Línea ICO Thomas Cook/COVID-19	400
Aplazamiento de impuestos	271
MEDIDAS DE CHOQUE	15.273

En total, y como prueba inequívoca del firme compromiso del Gobierno de España con un sector estratégico para nosotros como es el sector turístico, se comprometerán **19.535 millones de euros** de ayudas para el conjunto de empresas, la inmensa mayoría pymes, y para sus trabajadores y trabajadoras. Un compromiso firme por acompañar al sector en un contexto marcado por los efectos del COVID-19.

CINCO PILARES CLAVE

1 RECUPERAR LA CONFIANZA EN EL DESTINO: POR UN DESTINO 360° 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.*

La confianza en la seguridad del destino turístico es el presupuesto básico para que el turista contemple la posibilidad de emprender el viaje. Esta confianza de los turistas ha sido siempre uno de los activos fundamentales de nuestro país y una de nuestras mayores ventajas competitivas frente a otros destinos competidores, confiriendo a España una posición de liderazgo mundial consolidada.

Tras el impacto de la crisis sanitaria, resulta necesario recuperar esa confianza, adoptando todos los medios precisos para garantizar al máximo el bienestar de los turistas. Para ello, debemos asegurarnos de que todos los eslabones de la cadena de valor del sector turístico incorporen las medidas higiénico-sanitarias específicas para cada uno de ellos, ofreciendo confianza al viajero. Además, estas medidas son fundamentales para que empresarios y trabajadores puedan, no sólo prestar sus servicios de manera segura, sino también protegerse a sí mismos y a su entorno, y adaptarse más rápidamente a las nuevas condiciones originadas por la pandemia.

Se presentan las siguientes medidas:

RECUPERAR LA CONFIANZA EN EL DESTINO: POR UN DESTINO 360° SEGURO	Responsable	Dotación (€)	Fecha
Guías para la reducción del contagio en el sector turístico	MINCOTUR y Ministerio de Cultura y Deportes	200.000	2020
Medidas para adaptar el transporte público como medio seguro	MITMA	--	2020
Distintivo "Safe Tourism"	MINCOTUR	--	2020
Programa piloto para el establecimiento de "corredores turísticos seguros"	MINCOTUR, MITMA y Ministerio de Sanidad	--	2020
TOTAL PILAR 1		200.000	



1.1 Guías para la reducción del contagio en el sector turístico



Se han elaborado 21 “Guías de especificaciones para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2”. Estas guías se centran en la desinfección más eficaz de los espacios y en las condiciones de limpieza, aforo y distancia social. Estas guías completan las medidas dispuestas por las órdenes del Ministerio de Sanidad, y han sido impulsadas por la Secretaría de

Estado de Turismo. En su elaboración, han participado las comunidades autónomas, la Federación Española de Municipios y Provincias, los agentes sociales, las asociaciones de cada subsector, expertos y la Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral. Todos ellos coordinados por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Las guías están disponible en el siguiente enlace: <https://www.mincotur.gob.es/es-es/COVID-19/Paginas/Guias-sector-turistico.aspx>

Los subsectores cubiertos son: Servicios de restauración; Hoteles y Apartamentos Turísticos; Alojamientos Rurales; Albergues / “Hostels”; Campings y Ciudades Vacacionales; viviendas de Uso Turístico; Balnearios; Agencias de Viajes; Turismo Activo y Ecoturismo; MICE (turismo de reuniones, incentivos, convenciones y ferias); Guías de Turismo; Campos de Golf; Oficinas de Información Turística; 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); Visitas a bodegas y otras instalaciones industriales, lugares culturales, históricos y naturales; Espacios Públicos Singulares, y Playas.

Las 21 guías validadas ya se han convertido en Especificaciones Técnicas UNE. También, se ha contactado con el Comité ISO TC 228 «Turismo y servicios relacionados» para que se inicie su tramitación como normas ISO. Está previsto que se incluya en el orden de día del plenario del comité mundial de servicios turísticos la adopción de estas especificaciones españolas, que tras las correspondientes aportaciones deberán ser aprobadas en pleno.

La gestión de este programa corresponde la Secretaría de Estado de Turismo en colaboración con el Instituto para la Calidad Turística Española (ITCE).

Por otra parte, y como parte significativa de la oferta turística de nuestro país, es preciso destacar que todos los ámbitos de la cultura han desarrollado protocolos de actuación para garantizar las medidas higiénico sanitarias en todo momento. Contar con este tipo de herramientas contribuyen a reforzar la confianza de los visitantes a estos eventos. En este sentido se han aprobado las siguientes guías y protocolos: i) guía de buenas prácticas para el reinicio de la actividad escénica y musical en España; ii) guía de buenas prácticas de medidas especiales para las producciones audiovisuales ante la pandemia de la COVID-19; pautas para la gestión, conservación y disfrute público del patrimonio cultural en la desescalada de la crisis sanitaria (COVID-19).

1.2 Medidas para adaptar el transporte público como medio seguro

Es necesario aumentar la confianza de los ciudadanos en los diferentes modos de transporte, una medida esencial dado el soporte que el sector del transporte da al sector del turismo. En este sentido, cabe señalar las recomendaciones de la Comisión Europea del pasado 13 de mayo “COVID-19: Directrices sobre el restablecimiento progresivo de los servicios de transportes y la conectividad” (C (2020) 3139 final).

Por lo tanto, **restablecer una conectividad adecuada será crucial para permitir el restablecimiento gradual del turismo**, y ello se enmarca en dos grandes vías:

- **Las medidas dirigidas a la eliminación de las restricciones a la oferta de transporte**, limitada severamente durante las etapas más duras de la pandemia, y **las relacionadas con la ocupación**, con objeto de eliminarlas en cuanto la situación sanitaria lo permita.
- Por otro lado, se han de mencionar **las medidas dirigidas al restablecimiento de la confianza del viajero en la seguridad de los distintos modos de transporte**.

En relación al último punto, el transporte público es un medio seguro, que está adoptando medidas eficaces para proteger la salud de sus usuarios. En este sentido, se destacan las siguientes iniciativas a este respecto adoptadas desde el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (MITMA):

- En **transporte aéreo**, se valora muy positivamente las Directrices de EASA y el ECDC surgidas de las recomendaciones de la Comisión Europea del pasado 13 de mayo “COVID-19: Directrices sobre el restablecimiento progresivo de los servicios de transportes y la conectividad” (C (2020) 3139 final). En este sentido, el MITMA hará obligatorias las recomendaciones de EASA a nivel nacional a través de una norma específica que el Ministerio ya está elaborando. Las medidas serán de aplicación en todos los aeropuertos españoles y para todas las aerolíneas y operadores de aeronaves dentro del territorio nacional, así como a todos los pasajeros que transiten por nuestros aeropuertos. La Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) será el organismo responsable de la supervisión de que dichas medidas se cumplan por parte de todos los operadores.
- En **transporte terrestre**, es necesario apoyar al transporte público como medio seguro en todas sus vertientes, y también en la sanitaria. En línea con este principio, desde el MITMA se ha impulsado con decisión la iniciativa para elaborar, en colaboración con las CCAA:
 - la **“GUÍA Y RECOMENDACIONES DE DEESCALADA EN TRANSPORTE URBANO Y METROPOLITANO”**, que sirve de ayuda a las administraciones competentes en materia de transporte de forma que pueden aplicar en mayor o menor medida en función de sus circunstancias y necesidades, y que se centra en tres grandes ejes: gestión de la demanda, gestión de la oferta y medidas de seguridad;
 - y, por otra parte, las **“RECOMENDACIONES PARA EL USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO DURANTE LA SITUACIÓN DE EMERGENCIA CREADA POR EL COVID-19”** que han servido de base para la campaña de comunicación que se ha llevado a cabo en el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.



- Finalmente, en el ámbito del transporte marítimo se han elaborado las **“RECOMENDACIONES DE PREVENCIÓN A IMPLEMENTAR EN LAS ESTACIONES MARÍTIMAS DE PASAJEROS Y A BORDO DE LOS BUQUES PARA LA REAPERTURA DEL TRÁFICO DE PASAJEROS”** que recopilan una serie de recomendaciones que permiten minimizar el riesgo de contagio tanto al pasaje y a la tripulación del buque, como al personal de tierra implicado en los servicios a pasajeros, contribuyendo igualmente a recuperar la confianza del pasajero en el transporte marítimo y a transmitirle confianza en base a unas garantías tangibles. El objetivo es, en suma, facilitar la adopción de las medidas preventivas que los buques e instalaciones portuarias deben desarrollar de cara a gestionar de forma eficaz y segura la nueva normalidad, protegiendo a los pasajeros, personal de tierra en contacto con el pasaje y tripulación de los buques, a la vez que se genera un ambiente de confianza en el transporte de personas por vía marítima.

1.3 Distintivo “Safe Tourism”



Para recuperar la confianza de los turistas que visitan España, es fundamental trabajar en el objetivo de que el destino turístico español sea un destino turístico seguro. En un momento en el que la seguridad sanitaria es un vector fundamental en la elección de destino, **España dispondrá de un distintivo único para reposicionarse como destino turístico seguro en los mercados nacional e internacional.**

La Secretaría de Estado de Turismo, ha promovido la creación de un distintivo que permita visibilizar a los establecimientos que se comprometen a seguir con las indicaciones de las Guías. Dicho distintivo consiste en la exteriorización del trabajo técnico de prevención y protección sanitaria de los distintos subsectores a los efectos de dar confianza a los clientes y usuarios a través de una imagen acreditativa que manifiesta el compromiso del establecimiento por la seguridad sanitaria.

El distintivo se obtendrá de forma totalmente telemática y requerirá de un compromiso escrito del establecimiento a seguir las indicaciones previstas en las Guías en función del subsector.

1.4 Programa piloto para el establecimiento de “corredores turísticos seguros”



Teniendo presente lo avanzado del Plan para la Transición hacia una nueva normalidad en algunos territorios, se considera recomendable la puesta en marcha de **programas piloto de apertura del país al turismo internacional, mediante el establecimiento de corredores turísticos seguros**, con carácter previo a la finalización del estado de alarma, para poder comprobar el

funcionamiento del modelo de levantamiento de los controles temporales de las fronteras interiores y la recuperación de la libertad de circulación.

Con esta iniciativa podrá realizarse con garantías el seguimiento, la identificación y el aislamiento de posibles casos de COVID-19, con un número de turistas muy inferior al que previsiblemente puede haber con la recuperación de la normalidad, habiéndose articulado para ello la necesaria monitorización de turistas en destino. La buena evolución de los indicadores sanitarios muestra que algunas comunidades autónomas pueden ser las primeras regiones de apertura como destino de turistas procedentes de otras regiones de la zona Schengen. Para minimizar los riesgos de la implementación de estas medidas y garantizar las adecuadas

condiciones epidemiológicas, es preciso que la Comunidad Autónoma receptora se encuentre en Fase III del Plan de Transición a la Nueva Normalidad, aprobado por Consejo de Ministros de 28 de abril de 2020. Asimismo, tanto el Estado de origen de los turistas como la Comunidad Autónoma de destino deberán tener una tasa de ataque de COVID-19 por 100.000 habitantes en 7 días inferior a 9 casos, garantizando con ello una situación de equivalencia epidemiológica. Finalmente, se exige que la conexión con la comunidad autónoma sea a través de un aeropuerto designado como punto de entrada con capacidad de atención a emergencias de salud pública de importancia internacional.

El programa piloto de apertura al turismo internacional supone, pues, una prueba para la capacidad de recuperación de turistas en España, inspirada en los principios de prevención, precaución y control sanitario. Se trata de una aproximación temprana, pero cauta, al reto de la vuelta de turistas a España y a la reactivación económica del sector. El Gobierno ha autorizado a la Comunidad Autónoma de Illes Balears la apertura de un corredor turístico segura a partir del 15 de junio.

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.*

La crisis del coronavirus es una crisis sanitaria, pero al haberse ralentizado extraordinariamente la demanda de viajes, se ha convertido también en una crisis económica que incide en el sector turístico, con una repercusión muy directa sobre las empresas y el empleo. El sector turístico español afronta un segundo semestre de 2020 que estará previsiblemente caracterizado por niveles de actividad bajos.

Las empresas turísticas se han visto obligadas a endeudarse para cubrir sus gastos fijos durante los meses de vigencia del estado de alarma en los que su actividad se ha hibernado. La crisis de liquidez que viven muchas de estas empresas en el momento actual puede convertirse en una crisis de solvencia que ponga en peligro la



supervivencia de nuestras empresas turísticas, y es previsible que en ese escenario se produzcan quiebras entre los negocios que constituyen el ecosistema empresarial turístico actual.

La incertidumbre en torno a la duración de la pandemia y el ritmo de la recuperación y de la reactivación de la demanda va a seguir lastrando la supervivencia de numerosas empresas del sector turístico, por lo que resulta imprescindible ampliar la vigencia de algunas de las medidas adoptadas durante el Estado de Alarma y contemplar nuevas medidas de apoyo al sector para favorecer su reactivación.

MEDIDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR	Responsable	Dotación (€)	Fecha
Medidas laborales	Ministerio de Trabajo y Economía Social y Ministerio de Inclusión, Migraciones y Seguridad Social		2020
Programa de formación, capacitación y mentoring para el sector turístico	FUNDAE y Ministerio de Educación y Formación Profesional, MINCOTUR	106.353.840	2020-2021
Liquidez y solvencia empresarial	ICO y AENA	3.256.000.000	2020-2021
TOTAL PILAR 2		3.362.353.840	

2.1. Medidas laborales

La evolución de la crisis sanitaria derivada del COVID-19 ha precipitado la adopción de un conjunto de medidas económicas, y entre ellas, y de especial impacto, conviene destacar los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE). Con esta medida, se ha logrado contener de manera significativa la destrucción de empleo y de tejido empresarial, evitando la salida del mercado de empresas solventes y afectadas por esta situación transitoria y excepcional, contribuyendo a aminorar el impacto sobre el empleo y la actividad económica.

En este sentido, y en desarrollo de lo previsto en las disposiciones adicionales primera y segunda del Acuerdo Social en Defensa del Empleo, firmado por el Gobierno de España y las organizaciones sindicales y empresariales más representativas, la Comisión de Seguimiento tripartita está trabajando en la definición de las medidas de acompañamiento en el ámbito del empleo que serán necesarias tras el 30 de junio.

El principal sector beneficiario de las medidas que se tomen será el sector turístico, que es el que mayor número de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo tienen aún pendientes. Además, y como ya se ha mencionado, el sector del turismo ha sido uno de los principales beneficiarios de la aprobación del mecanismo extraordinario de apoyo a través de exoneraciones de cuotas a la seguridad social y refuerzo de las prestaciones a los trabajadores afectados por los ERTE. Las prestaciones a los trabajadores del sector y las exoneraciones de cotizaciones sociales han supuesto hasta junio un importe superior a los 3.400 millones de euros que han protegido a 948.000 trabajadores y trabajadoras de nuestro sector turístico.

En estos mismos términos, conviene destacar que, la prestación extraordinaria por cese de actividad para los autónomos en el sector turístico ha beneficiado hasta junio a 276.000 trabajadores autónomos a los que se ha destinado un importe total de ayudas de 628 millones de euros. El gobierno establecerá una prestación

excepcional durante los próximos meses para aquellos autónomos que, una vez finalizado el estado de alarma, continúen en una situación de merma pronunciada de ingresos, con especial atención a aquellos trabajadores cuyos ingresos estén estacionalizados, como los del sector turístico.

2.2. Programa de formación, capacitación y mentoring para el sector turístico

Los cambios sociales, tecnológicos y económicos se suceden de forma cada vez más rápida, por lo que una, igualmente rápida adaptación a estos nuevos escenarios cambiantes es fundamental. Por ello, se debe poner todavía más énfasis en desarrollar programas de formación, capacitación y mentoring para trabajadores del sector turístico, especialmente en el ámbito de la seguridad e higiene contra el COVID-19, además de apostar por la recualificación profesional.

La menor formación, escasa experiencia y alta temporalidad en la hostelería hará que los trabajadores del sector sean los más afectados por la crisis, dada la limitada intensidad de uso de tareas relacionadas con las TIC, la escritura, lectura y habilidades numéricas. Por ello, existe una urgente necesidad de orientación individualizada (como parte de las políticas activas de empleo) y de formación especializada.

2.2.1 Nuevo programa Anfitriones de Turismo “SCTE Destino Seguro”

Dentro de los objetivos de la Secretaría de Estado de Turismo, reviste de especial importancia la mejora de la calidad, sostenibilidad, accesibilidad e innovación en el diseño de la oferta y prestación del servicio que recibe el turista, así como la mejora en la calidad operativa de las entidades que participan en él. La implementación de tal fin se articula alrededor del Sistema de Calidad Turística Español (SCTE) y en uno de sus planos de actuación: el **Programa Anfitriones de Turismo**.

Anfitriones de Turismo, enmarcado dentro del Plan del Turismo Español Horizonte 2020, nació con el fin de mejorar la calidad de las empresas y destinos turísticos para satisfacer las expectativas del turista más exigente. Anfitriones se orienta, por un lado, a promover la mejora de los servicios y la atención al cliente, y por otro, a incorporar criterios de embellecimiento, sostenibilidad y accesibilidad en el diseño y gestión de los destinos turísticos. El programa se materializa en la realización de cursos formativos sobre las materias mencionadas, con dos subprogramas: SCTE Capital Humano y SCTE Embellecimiento de Destinos. Los cursos de formación incluyen secciones específicas en sostenibilidad y accesibilidad de los destinos. En el 2020 el programa Anfitriones incorporará formación específica en Competencias Digitales Turísticas y en Destinos Turísticos Inteligentes. Anfitriones es un programa completamente online y de inscripción abierta a todos los profesionales del sector.

Como parte del **Plan de Choque Anfitriones frente a COVID-19**, se aumentará el número de cursos y plazas de cada uno, triplicando el número de alumnos inscritos.

Se propone, además, la creación de un subprograma específico de formación, denominado **“SCTE Destino Seguro”**, con el objetivo de capacitar a los trabajadores en el mantenimiento de la seguridad sanitaria en destinos. El programa, partiría del contenido de la nueva regulación en el ámbito sanitario derivada de la crisis del COVID-19 (normativa sanitaria, recomendaciones y guías de buenas prácticas, protocolos nacionales, europeos e internacionales) y facilitaría la formación on-line y estructurada en dicho contenido. Además, la superación de este proceso formativo se vincularía a la obtención del distintivo **“Por un Turismo Seguro”**, dirigido a los establecimientos turísticos y vinculado al cumplimiento de las Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-CoV-2 en el sector turístico, promovidas por la Secretaría de Estado de Turismo en coordinación con el Ministerio de Sanidad. La acreditación de la formación de trabajadores en el subprograma “SCTE Destino seguro” reforzaría la capacidad del sector de atender a este nuevo y cada vez más relevante palanca de atracción para el turismo.

Se estima que se beneficiarán del Plan de Choque Anfitriones frente al COVID-19 aproximadamente 100.000 profesionales del sector.



2.2.2 Nuevo programa de formación turística con FUNDAE

Muchas empresas, principalmente del sector de hostelería, han de retomar su actividad en la desescalada hacia la nueva normalidad adoptando medidas que permitan el desarrollo de su negocio, tanto para la prevención de riesgos de sus empleados como de sus clientes. Esto implica nuevas necesidades de formación que hagan posible la continuidad de la actividad económica. La formación profesional que se desarrolla en el ámbito laboral se convierte así en un factor indispensable y de acompañamiento a cualquier medida que se adopte y a cualquier necesidad de adaptación al cambio, tanto para las empresas como para sus empleados.

En este sentido, se está elaborando, como parte de este Plan, un programa de formación específico junto con la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE), el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) y los principales interlocutores sociales (asociaciones profesionales del sector y sindicatos). Este **Plan Especial de Formación en el ámbito laboral para el sector turístico** tendrá por objetivo minimizar el impacto de la crisis del COVID-19 sobre las empresas y el empleo. Así, abordará una doble necesidad en lo referente a formación en competencias prospectivas (promoción, captación de clientes o la gestión de reservas) y en competencias tradicionales (liderazgo, hospitalidad o calidad de servicio). 70.000 trabajadores y trabajadoras del sector turístico, así como sus empresas empleadoras se beneficiarán de esta medida para la que la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo ha prevista 59 millones de euros que se verán completados por aportaciones adicionales de las empresas del sector turístico.

2.2.3 Plan específico de recualificación y actualización de las cualificaciones profesionales de Hostelería y Turismo

La familia profesional de hostelería y turismo, y debido a la importancia del sector en cuanto a generación de empleo y su participación en el PIB de nuestro país, ha sido objeto, tradicionalmente, de una atención muy especial desde las administraciones educativa y laboral, en lo que hace referencia a la detección de cualificaciones profesionales y a la elaboración de las ofertas formativas que las acreditan.

En las reuniones de observatorio realizadas por el Instituto Nacional de las Cualificaciones de la Dirección General de Formación Profesional, se cuenta con expertos del sector de las principales empresas del país. Estas reuniones han puesto en evidencia la necesidad de actualizar permanentemente las competencias profesionales contenidas en las cualificaciones existentes, y se ha solicitado la elaboración de cualificaciones nuevas en el ámbito del turismo.

Para atender esta demanda, se elaborará un **Plan específico de recualificación de la familia profesional Hostelería y Turismo** con la participación de los interlocutores sociales y asociaciones empresariales del mismo, que permita la incorporación de las nuevas cualificaciones asociadas a actividades turísticas muy especializadas, entre las que destacan el enoturismo, el gastroturismo y el turismo temático especializado.

En este sentido, se diseñará un plan específico de evaluación y acreditación de competencias para los trabajadores de las empresas del sector, con la colaboración de las organizaciones sindicales y empresariales. Este programa, y sobre la base de los datos de la EPA, se destinará prioritariamente a la:

- a) acreditación de 25.930 trabajadores del sector en paro con un nivel de formación equivalente a estudios primarios, una medida a la que se destinará un coste total estimado de 6.223.680€;
- b) acreditación de competencias profesionales a 204.709 trabajadores del sector con estudios primarios, una medida con coste total estimado de 49.130.160€.

En total, este Plan específico de recualificación de la familia profesional Hostelería y Turismo movilizará 55,3 millones de euros destinados a la mejora de cualificaciones y acreditaciones en el sector.

2.2.4 Nuevo programa de mentoring

En los entornos empresariales actuales, el *mentoring* se configura como una nueva práctica destinada a desarrollar conocimientos técnicos, organizativos e interrelacionales de la mano de un tutor o mentor, quién se encarga de aconsejar, enseñar, guiar y ayudar a su aprendiz en el desarrollo de sus capacidades y habilidades profesionales para aumentar sus posibilidades de éxito laboral en el futuro.

Desde la Secretaría de Estado de Turismo se elaborará un nuevo programa de *mentoring para la digitalización*, poniendo énfasis, además, en las capacidades vinculadas a la formación en idiomas, la capacidad de liderazgo y la hospitalidad. El programa de *mentoring* irá destinado a pymes y micropymes y en su elaboración colaborarán la Escuela de Organización Industrial y grandes empresas del sector privado. El programa podrá otorgar certificados de profesionalidad a los profesionales que completen sus formaciones. Se va a colaborar también con la asociación Multinacionales por Marca España, aportando sus programas de mentoring orientado a los diferentes subsectores turísticos.

Se destinarán 1.000.000 de euros para financiar actuaciones de formación y capacitación por parte de la Escuela de Organización Industrial junto con empresas del sector privado. 500 PYMES pasarán por este programa de mentorización.

2.2.5 Proyecto para el desarrollo de una tarjeta profesional para los/as trabajadores/as del sector de la hostelería



Desarrollar una **Tarjeta de Competencias Profesionales en Hostelería y Turismo** (TPHT) para las personas ocupadas en el sector con el fin último de mejorar la cualificación de los profesionales.

Los objetivos de la TPHT son los siguientes:

- Mejorar la cualificación de los profesionales.
- Mantener y fortalecer el empleo.
- Dar respuesta a las necesidades de reconocimiento profesional de los trabajadores y trabajadoras del sector, según los puestos recogidos en el Acuerdo Laboral de Hostelería.
- Impulsar y consolidar al sector, aportando transparencia a los procesos de selección.
- Favorecer el desarrollo profesional y personal de los trabajadores y trabajadoras mediante el fomento de la formación en el sector de Hostelería y Turismo.
- Avanzar en la extensión de los procesos de acreditación y reconocimiento de las competencias profesionales de sus trabajadores y trabajadoras.

Para su desarrollo, es imprescindible el establecimiento de procedimientos de coordinación y seguimiento tanto con la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, como con la Fundación Laboral Hostelería y Turismo.

2.3. Liquidez y solvencia empresarial

Existe un consenso generalizado entre los estudios publicados desde el inicio de la crisis provocada por la pandemia, en torno a que, probablemente, el sector turístico tardará tiempo en salir de la crisis y en recuperar las condiciones que le mantener su tejido empresarial y social existente antes de la aparición del COVID-19.

Como consecuencia de ello, cabe esperar que a medida que la actividad económica nacional se vaya recuperando a partir del mes de junio de 2020, se reduzca el número de solicitudes de avales de la línea ICO. En efecto, a medida que las empresas vuelvan a contar con ingresos procedentes de su facturación, contarán



con recursos para atender sus necesidades de tesorería recurriendo, en menor medida, a la financiación externa avalada por el ICO.

El sector turístico, sin embargo, seguirá siendo dependiente de la financiación externa, ya que sus niveles de actividad a lo largo del segundo semestre de 2020 serán muy inferiores a los de años anteriores, y en muchos casos, insuficientes para generar los recursos que les permita atender sus gastos fijos.

2.3.1 Línea de avales del ICO

El Real Decreto-ley 8/2020 de 17 de marzo en su artículo 29 aprobó una Línea de Avales del Estado de hasta 100.000 millones de euros para facilitar el mantenimiento del empleo y paliar los efectos económicos de la crisis sanitaria. Los avales se otorgarían a la financiación concedida por las entidades financieras para facilitar acceso al crédito y liquidez a empresas y autónomos para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19.

Según datos del ICO, a fecha de 5 de junio de 2020, con este programa se han avalado un total de 509.429 operaciones correspondientes a 371.764 empresas. El importe total avalado es de 48.248 millones de euros. Esto ha permitido que las empresas hayan recibido 63.162 millones de euros de financiación para garantizar su liquidez y cubrir sus necesidades de circulante.

La distribución por sectores pone de manifiesto que las actividades de turismo y comercio han sido las más beneficiadas por estas ayudas, concentrando un 30% del total de financiación. Específicamente, el sector de Turismo (incluyendo ocio y cultura) ha recibido hasta el 3 de junio 10.524 millones de euros en financiación, habiéndose beneficiando un total de 83.384 empresas de este sector, a los que habría que añadir los 400 millones de financiación de la línea ICO Thomas Cook / COVID-19.

Para atender las necesidades de crédito por parte de las empresas del sector turístico, se ha establecido un **subtramo preferente por importe de 2.500 millones de euros para el sector turístico** de la línea de avales del ICO con el fin de garantizar su financiación y liquidez.

2.3.2 Moratoria en el pago del principal hipotecario sobre activos en el sector turístico

Se establecerá un mecanismo que permita que se pueda otorgar un período de moratoria de un máximo de 12 meses para aquellas operaciones financieras con garantía hipotecaria, suscritas por autónomos o empresas cuyo inmueble se encuentra afecto a una actividad del sector turístico, incluidos alojamientos.

Previa solicitud del titular del crédito hipotecario, las entidades acreedoras procederán a la moratoria del principal de todas aquellas operaciones de financiación hipotecaria vinculadas a elementos patrimoniales afectos a la actividad turística: relativas, entre otras finalidades, a la adquisición y reparación o rehabilitación de los mismos, y suscritas con anterioridad a la declaración del Estado de alarma. La moratoria se extenderá un periodo máximo de 12 meses en los que sólo se abonarían intereses, no capital. El importe de lo aplazado se abonará mediante la ampliación del plazo de vencimiento un número de meses equivalente a la moratoria o con la redistribución de dicho importe en las cuotas del préstamo restantes. La obligación financiera se ampliará el plazo de la moratoria acordado.

En caso de que los beneficiarios de la moratoria hipotecaria tengan alquilado el inmueble hipotecado, deberán trasladar a los arrendatarios moratorias análogas de sus pagos. De este modo, en los casos de arrendamiento del inmueble o del negocio se promueve que los propietarios trasladen la medida de liquidez a los arrendatarios que estén explotando la actividad.

Se estima que estas moratorias ascienden a un total de hasta 731 millones de euros, correspondiente, aproximadamente, a un total de 12.800 empresas turísticas beneficiarias.

2.3.3 Moratoria en las cuotas de leasing de los autobuses de transporte discrecional

Teniendo en cuenta la estrecha relación que tiene el sector de transporte discrecional con el sector del turismo, junto con la pérdida total de ingresos durante los peores meses de la crisis y la lenta recuperación que se espera en el sector, y dado el alto valor de inversión que suponen para las empresas y pymes de transporte discrecional la adquisición y financiación de sus vehículos, se estima necesario establecer medidas de aplazamiento de los pagos de las mensualidades o cuotas de leasing de los mismos.

En esta línea, el Gobierno analizará un mecanismo que permita que las entidades acreedoras puedan aplicar una suspensión temporal de las obligaciones derivadas de los contratos de crédito sin garantía hipotecaria, asociados a la compra de vehículos para transporte discrecional de viajeros, de empresas que hayan sufrido como consecuencia de la crisis sanitaria una pérdida sustancial de sus ingresos o una caída sustancial en su facturación de al menos un 40% durante el periodo del Estado de alarma.

Se espera que aproximadamente 3.200 empresas se podrían beneficiar de esta medida.

2.3.4 Incentivos Comerciales Pos-COVID-19 a Compañías Aéreas

Como parte de este Plan de Reactivación del Turismo, el Consejo de Administración de Aena ha aprobado un incentivo comercial con el objetivo de contribuir a una rápida recuperación del tráfico aéreo en España.

El incentivo ha sido diseñado para facilitar la programación de operaciones por parte de las líneas aéreas, con independencia del número de pasajeros que las compañías consigan tener en los vuelos que operen. Para ello, se incentiva el porcentaje de recuperación de operaciones con respecto al mismo mes de 2019 que supere unos determinados umbrales:

Los umbrales correspondientes a cada mes han sido determinados a partir de las previsiones de recuperación del tráfico realizado por distintos organismos internacionales (ACI Europa, IATA, OACI y Eurocontrol). Con respecto a esta previsión, se fija un umbral inferior (la previsión menos 5 puntos porcentuales) y un umbral superior (la previsión más 5 puntos porcentuales).

2020 - 2021	Umbrales Inferior	Umbrales Superior
julio	25%	35%
agosto	30%	40%
septiembre	40%	50%
octubre	50%	60%
noviembre	60%	70%
diciembre	63%	73%
enero	65%	75%
febrero	65%	75%
marzo	65%	75%

Cada compañía recibirá un descuento en la tarifa media mensual de aterrizaje para todas aquellas operaciones mensuales en la red de Aena que superen los niveles fijados:

- 75% de descuento, para el número de operaciones situado entre el umbral inferior y el umbral superior.
- 100% de descuento, para el número de operaciones que supere el umbral superior.

El devengo del incentivo será mensual, si bien el descuento a las compañías aéreas se realizará al finalizar la temporada correspondiente.

Esta medida se estima que beneficiará a las aerolíneas en un importe aproximado de 25 millones de euros.



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.

La industria turística debe adaptarse y prepararse para aprovechar el potencial de las tendencias globales que están reconfigurando el perfil de los viajeros, tendencias que ya están impactando en nuestro sistema turístico como son la digitalización y la sostenibilidad.

La tecnología ha cambiado la forma de planificar y reservar los viajes, pero también la forma de disfrutarlos y compartirlos. El nuevo turista es exigente, espera recibir un servicio personalizado, demanda experiencias auténticas, y destinos que ofrezcan una oferta diferencial, coherente con el entorno natural, social y cultural. Para aprovechar todo el potencial de la digitalización, en octubre de 2018 se puso en marcha la **Red de Destinos Turísticos Inteligentes** que promueve la competitividad de esos destinos, mejorando la coordinación de todos los actores clave y la integración de las perspectivas de cada uno de ellos: los destinos y sus gestores públicos, la industria turística, el comercio minorista, la industria tecnológica, los operadores, los proveedores de servicios públicos, y los residentes y turistas.

Otra de las tendencias globales que impacta en el turismo es la sostenibilidad. Por ello, se proponen en este Plan articular instrumentos que permitan reforzar la competitividad del sector turístico español, acelerando su transformación de forma decidida hacia un modelo basado en la sostenibilidad y la digitalización.

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO	Responsable	Dotación (€)	Fecha
Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)	MINCOTUR	515.000.000	2020
Financiación de proyectos para la digitalización, innovación e internacionalización del sector turístico	MINCOTUR	216.000.000	2020-2021
Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos	MINCOTUR	53.000.000	2020-2022
Reforzar la Red de Destinos Turísticos Inteligentes	MINCOTUR, Red.es	75.000.000	2020-2023
Programa “Hoteles Justos, Laboralmente Responsables”	MINCOTUR, Universidad de Málaga y agentes sociales	--	
TOTAL PILAR 3		859.000.000	

3.1. Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)

El objetivo del Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT) es apoyar, mediante préstamos, los proyectos que desarrollen las empresas turísticas orientados a la mejora de la competitividad y a acelerar la transformación del sector hacia un modelo más sostenible, en especial aquellos relacionados con

el uso de energías renovables, uso eficiente de los recursos, reutilización del agua y reciclado de residuos transporte sostenible, o la digitalización, la innovación y la modernización de los servicios.

Podrán financiarse con cargo al Fondo proyectos orientados a la mejora de la competitividad y la modernización de los destinos y empresas turísticas. Además, y como parte fundamental de este Plan de Reactivación del Turismo Post COVID-19, se concederán préstamos en 2020, por un importe de 515 millones de euros, bajo el marco temporal aprobado por la Comisión Europea con un tipo de interés bonificado y previo desarrollo reglamentario del Fondo.

3.2 Financiación de proyectos para la digitalización, innovación e internacionalización del sector turístico

En un contexto como el actual, marcado por los efectos del COVID-19, es especialmente necesario movilizar recursos públicos que apoyen proyectos nuevos de nuestras empresas turísticas, especialmente si esos proyectos favorecen su transformación digital y nuevos modelos de negocio más innovadores. Es importante, además, apoyar proyectos de empresas que en la situación actual les permitan diversificar su demanda mediante su internacionalización. De este modo, y como parte de esta Plan, la Secretaría de Estado de Turismo va a instrumentar en 2020 una línea de préstamos de 216 millones de euros con tipo de interés bonificado y amplios plazos de carencia que financien los siguientes proyectos de nuestras empresas turísticas:

- Proyectos que promuevan la digitalización de las empresas y destinos turísticos.
- Proyectos de investigación, desarrollo e innovación turísticos, siempre que no comporten una simple aplicación de investigaciones, desarrollos o innovaciones ya realizados.
- Proyectos orientados a la internacionalización de los destinos y empresas turísticas.

3.3 Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos

El programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos se configura como un programa de intervención cooperada entre los tres niveles de las administraciones turísticas (nacional, autonómica y local), para preparar a los gestores de los destinos turísticos y para que hagan frente a la caída de la demanda, aplicando planes de sostenibilidad para destinos turísticos maduros y destinos turísticos rurales de interior.

El objetivo del programa es:

- Apoyar a las Entidades Locales gestoras de los destinos turísticos que formen parte de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes con un instrumento económico, técnico y promocional, cofinanciado entre los tres niveles de administraciones públicas (AGE, CC.AA. y EE.LL.), que sirva para ejecutar un **Plan de Sostenibilidad Turística** basado en un diagnóstico participativo. Se pretende que una vez que finalice el plan puedan continuar gestionando su destino turístico con mayor capacidad operativa frente a la evolución de la demanda turística y también frente a crisis del consumo como la provocada por el COVID-19.
- Apoyar la reconversión de los destinos turísticos pioneros para mantener su atractivo y competitividad. Se trata de destinos que han adoptado previamente la metodología de destino turístico inteligente mediante la ejecución de actuaciones de recualificación del destino, restauración ambiental, accesibilidad, innovación, tecnología, seguridad e higiene sanitaria o de mejora de su gobernanza.
- Impulsar el desarrollo de los destinos turísticos ubicados en áreas rurales y de interior mediante un plan centrado en el aprovechamiento de recursos a través de equipamientos turísticos. Se desarrollarán productos atractivos, seguros y saludables para la demanda internacional (turismo cultural, turismo activo, ecoturismo, turismo enogastronómico, turismo industrial o, entre otros, el turismo científico), al tiempo que se estimulará su promoción y se fortalecerán las capacidades operativas de los entes gestores de estos destinos turísticos.
- Mejorar en el equilibrio territorial, creando empleo y afrontando el reto demográfico a través de las distintas actuaciones de cada uno de los planes que se acometan en los territorios.



Este Programa recoge dos tipologías de planes:

A) Planes de sostenibilidad turística en destinos pioneros: Planes de sostenibilidad turística en destinos pioneros: son planes dirigidos a resolver las necesidades de este tipo de destinos turísticos caracterizados por recibir una gran afluencia de visitantes, teniendo una especial carga urbanística y ambiental, así como contar con retos como la renovación de la oferta turística, mejora de la rentabilidad de establecimientos y empresas turísticas, mejora de la competitividad del destino, o la actualización y renovación de los equipamientos públicos.

B) Planes de sostenibilidad turística en destinos rurales o de interior: son planes dirigidos a dinamizar y organizar destinos turísticos de interior en áreas rurales con patrimonio cultural, en espacios naturales protegidos, y también, en algún caso, en zonas costeras poco desarrolladas, enfocados a crear productos turísticos atractivos y sostenibles a través del aprovechamiento de recursos singulares o de la creación de equipamientos capaces de diferenciar el destino.

Se espera que un total de 260 destinos turísticos se beneficien de esta medida, que se financiará con un presupuesto total de 23 millones de euros en 2020 y 30 millones adicionales hasta el 2022

3.4 Reforzar la Red de Destinos Turísticos Inteligentes



Para mejorar la competitividad de nuestros destinos turísticos, y como parte de este Plan de reactivación, se impulsará la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. Una Red que promoverá, de la mano de los gestores turísticos a nivel local, la configuración de los destinos como espacios turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia y garantizando el desarrollo sostenible de un territorio turístico accesible para todos. Estos destinos han de facilitar la interacción y la integración del visitante con el entorno, e incrementar la calidad de su experiencia en el destino y la mejora la calidad de vida de los residentes en un entorno seguro.

Esta Red se sustenta sobre la **Metodología de Destinos Turísticos Inteligentes** desarrollada por la Secretaría de Estado de Turismo y que ha sido calificada por la propia OMT y la OCDE como buena práctica en materia de política turística por estar alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Tan es así, que España se ha posicionado como líder mundial en el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes. La propia OMT ha reconocido que *“el uso de soluciones tecnológicas que plantea el modelo de destino turístico inteligente contribuye a mejorar el proceso de toma de decisiones informadas, la priorización de medidas y la anticipación de futuros escenarios, lo que es esencial para la gestión responsable del Turismo y su impacto”*.

Y es que la innovación y las nuevas tecnologías ya están impulsando importantes transformaciones en el sector turístico; tanto en la cadena de valor como en los mercados o en la demanda de cualificaciones profesionales. Por ello, gobiernos y empresarios han de estar atentos a estos cambios, pues el futuro del turismo y su potencial para fomentar el desarrollo, el crecimiento y la creación de empleo, dependerán de su capacidad de reconocer las tendencias y cambios, y de su capacidad de adaptación a los mismos.

El objetivo de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) es liderar desde la sostenibilidad el desarrollo del sector turístico a través de la innovación y la tecnología. Los destinos se unen en la Red DTI para promover sinergias y transferencia de conocimiento, maximizando los beneficios de la metodología DTI.

La Secretaría de Estado de Turismo y SEGITTUR coordinan la Red creada con los siguientes objetivos:

- Promover la conversión de los destinos turísticos españoles a destinos inteligentes y promover nuevas adhesiones a la Red.
- Fomentar la colaboración público-público y público-privada en el desarrollo de productos, servicios y actuaciones de los Destinos Turísticos Inteligentes.
- Garantizar el liderazgo de España en materia de inteligencia turística a través de las actuaciones que realice la Red.
- Garantizar la calidad y la evolución del proyecto DTI.

La Red actúa con un enfoque interno, realizando acciones de asesoramiento en la aplicación de la metodología, promoviendo el intercambio de experiencias y buenas prácticas entre sus miembros. Y lo hace también con un enfoque externo, dando visibilidad al proyecto y los destinos turísticos en el ámbito nacional e internacional, difundiendo el trabajo realizado, y contribuyendo a poner de manifiesto el liderazgo de España en inteligencia turística.

Este Plan prevé un fortalecimiento de la red de Destinos Turísticos Inteligentes con un presupuesto de 75 millones de euros para 2020-2023 que será desarrollado por SEGITTUR y RED.es. Actualmente son 148 los miembros de la red.

3.5 Programa “Hoteles Justos, Laboralmente Responsables”



Se desarrollará, como parte de este Plan, el programa “**Hoteles justos, laboralmente responsables**”. Este proyecto consiste en diseñar un sistema de indicadores que, a través de una plataforma web, permita a los hoteles conocer en qué medida son laboralmente responsables con sus trabajadores. Este sistema será el primer paso para la posterior puesta en funcionamiento de un sistema de certificación de hoteles justos laboralmente responsables con los

trabajadores y trabajadoras en España.

Los indicadores proporcionarán información sobre las distintas dimensiones de la responsabilidad social empresarial (RSE) y servirá de base para realizar una valoración global de un hotel justo desde el punto de vista laboral, teniendo en cuenta aspectos como la protección de los trabajadores frente al COVID-19.

Para su desarrollo, la Secretaría de Estado de Turismo firmará un convenio con FeSCM-UGT, CCOO-Servicios y la Universidad de Málaga, para llevar a cabo la implantación del proceso de certificación de establecimientos hoteleros con la distinción de hotel justo laboralmente responsable, de forma que reporte importantes beneficios, tanto a la marca turística España, como a la relevancia del turismo y su incidencia en el empleo de calidad. 12.600 hoteles se beneficiarán, potencialmente, de este programa.



4 MEJORA DEL MODELO DE CONOCIMIENTO INTEGRAL – NUEVO OBSERVATORIO DE 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**.*

El impacto del COVID-19 sobre la actividad turística y la necesidad de tomar decisiones y diseñar acciones en un entorno cambiante de enorme volatilidad, exige replantear el actual sistema de conocimiento turístico de España. Se trata de revisar el modelo de producción y recogida de información estadística vigente durante las últimas cuatro décadas que se ha sustentado en encuestas a la oferta y a la demanda, y que ahora deberá reforzarse y complementarse con información adicional procedente del acceso a nuevos registros y nuevas fuentes de datos procedentes del entorno digital.

Para ello, se deberán aprovechar las ventajas que brinda la transformación digital de nuestras sociedades, las variaciones de precio y disponibilidades de bienes y servicios en los canales de comercialización, y los movimientos de personas -que por cortos que los mismos sean- dejan una traza digital que es posible anonimizar, tratar y analizar de forma segura para atender diferentes fines, entre ellos los turísticos.

En línea con esto, se debe apostar por un **nuevo sistema de información y conocimiento turístico** capaz de ofrecer más periodicidad, menor decalaje y mucha mayor granularidad espacio-temporal.

En el momento actual, la Administración turística del Estado debe liderar a nivel nacional, en colaboración con las comunidades autónomas, el desarrollo de un nuevo sistema de información, seguimiento y análisis de la coyuntura turística que ponga el foco en el turismo doméstico, excursionistas y turistas nacionales, que serán los que van a protagonizar, no sólo los primeros momentos de reactivación de la actividad turística post COVID-19, sino buena parte del crecimiento posterior de la misma.

Durante los próximos meses será fundamental poder realizar un seguimiento continuo del ritmo de recuperación de la demanda doméstica en las diferentes regiones, y de aquella que, aunque a pequeña escala, pudiera comenzar a producirse en un segundo momento a nivel internacional. Será necesario identificar nuevas fuentes de información, con mayores niveles de granularidad a nivel territorial, y con capacidad de detectar variaciones

en las variables objeto de análisis por pequeñas que estas sean. No se trata de invalidar o sustituir el sistema de información estadístico e indicadores actuales que volverán a ser relevantes a medida que la situación se normalice, sino de complementarlo, posibilitando el acceso a nuevos calderos de información con fines turísticos y ofreciendo una información alternativa durante los próximos meses. El **rediseño del vigente sistema de conocimiento e inteligencia turística de España**, desarrollado junto con las comunidades autónomas y el sector, deberá seguir garantizando la consistencia de un modelo de datos único a nivel nacional que permita la comparabilidad entre los territorios. Todo ello sobre un repositorio digital, común y único que actúe como una plataforma o portal abierto de distribución de información y conocimiento a través de informes predeterminados, informes dinámicos y ficheros de datos en diferentes formatos y modalidades de acceso.

Las acciones de creación de un nuevo modelo de conocimiento e inteligencia se dividen en tres grandes áreas y se impulsarán por la Secretaría de Estado de Turismo a través de TURESPAÑA y SEGITTUR en colaboración con la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial.

MEJORA DEL MODELO DE CONOCIMIENTO INTEGRAL – NUEVO OBSERVATORIO DE INTELIGENCIA TURÍSTICA	Responsable	Dotación (€)	Fecha
Análisis de la demanda internacional mediante el refuerzo en la información de los mercados	MINCOTUR	1.600.000	2020
Refuerzo del Sistema de Inteligencia Turística (SIT) para el análisis de demanda y oferta turísticas nacionales	MINCOTUR / MIAETD	1.500.000	2020
Creación de un Visor de Datos de Turismo	MINCOTUR	--	2020
TOTAL PILAR 4		3.100.000	

4.1. Análisis de la demanda internacional mediante el refuerzo en la información de los mercados

Se reforzará la información de la demanda internacional proveniente de los mercados en los que TURESPAÑA cuenta con Oficinas Españolas de Turismo. Una información que incluye tanto la inteligencia de mercado, como el seguimiento de los efectos de la crisis en la imagen del país para valorar la necesidad de ejecutar campañas que permitan recuperar la confianza del sector y del consumidor y que refuercen mensajes de seguridad. Este refuerzo se hará a través una **plataforma de agregación y tratamiento de la información**. Esta plataforma cuenta con un presupuesto de 1,6 millones de euros.

Esta área de actuación incluye la generación de inteligencia de mercados y el seguimiento y análisis de la situación de la demanda internacional. A partir de la plataforma se generará un cuadro de mando, en el que se proporcionará información sintetizada de su contenido. El contenido de la plataforma se estructura en las siguientes áreas: a) la demanda internacional, segmentada por mercados, a partir de los informes elaborados por las Consejerías de Turismo y las fuentes públicas españolas (estadísticas de turismo y empleo, y capacidades aéreas, actualmente denominadas DATATUR); b) la información procedente de empresas que puedan ser contratadas para complementar la información sobre la demanda (por ejemplo de búsquedas o reservas); y c) indicadores de oferta del tejido productivo y la oferta turística de España.

4.2. Refuerzo del Sistema de Inteligencia Turística (SIT) para el análisis de demanda y oferta turísticas nacionales

Además del conocimiento de la demanda internacional, debe llevarse a cabo un análisis permanente de la evolución de la demanda doméstica y de la oferta turística, para ponerlo al servicio de la sociedad en general y del sector turístico en particular.

Con este objeto, es esencial poner todavía más empeño en reforzar el sistema de inteligencia turística para que pueda dar servicio al sector turístico en su conjunto y a los destinos miembros de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. El Sistema de Inteligencia Turística desarrollado por SEGITTUR se basará, tecnológicamente en



una plataforma *big data* en modo *cloud*, que tras un análisis exhaustivo de distintas fuentes de información las irá incorporando y poniendo a disposición del sector. En su desarrollo se contará con la colaboración de la Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial.

El SIT permitirá simplificar y unificar los sistemas para recopilar, organizar y analizar los datos del sector turístico, transformándolos en un servicio de información y conocimiento para administraciones públicas y actores económicos y sociales que potencie sus capacidades de seguimiento y prospectiva.

El SIT es un sistema capaz de recoger, explotar y analizar la información turística pública disponible. Además, es un sistema de gestión, analítica y gobierno del dato turístico público disponible que deberá integrar la información suministrada tanto por TURESPAÑA como por SEGITTUR.

Los objetivos del SIT son los siguientes:

1. Puesta a disposición de las AAPP (AGE, CCAA y EELL) de la información necesaria para dar:
 - Soporte a procesos de Gestión Interna.
 - Soporte a procesos de Promoción turística.
 - Concepción de nuevos Productos turísticos.
2. Explotación de la Información nacional e internacional del Sector del Turismo:
 - A través del SIT se podrá acceder a un visor que unifica datos públicos sobre Turismo.
 - A través de Cuadros de Mando para el análisis de los datos y ayuda a la gestión y planificación de actuaciones en los DTI.
3. Integración de la información procedente de las Universidades e Institutos de investigación a través de:
 - La Red Interuniversitaria de Posgrados en Turismo (RED INTUR) y otras bases de datos de publicaciones científicas sobre turismo (Océano, Scopus, etc.)
 - Los institutos de investigación en turismo y los grupos de investigación existentes.
 - La Revista “Estudios Turísticos”.

La selección, recogida y análisis de fuentes responderá a las necesidades manifestadas por el sector público y privado. Comprenderá tanto las fuentes tradicionales como las procedentes de la “huella digital” que los turistas dejan en sus interacciones con diferentes dispositivos, proveedores y plataformas online. Entre las fuentes identificadas se pueden mencionar: estadísticas oficiales, estadísticas o estudios generados por destinos o asociaciones, registros públicos, información procedente de dispositivos móviles, datos originados por medios de pago, registros generados por sensores y contadores, información de proveedores de servicios, análisis del sentimiento y toda aquella información contenida en estudios, informes e investigaciones turísticas.

El SIT integra información procedente de terceros y será interoperable con otras plataformas y bases de datos existentes a nivel nacional e internacional, como pueda ser el Catálogo Nacional de Datos Abiertos (datos.gob.es), el portal de datos abiertos de la Unión Europea (data.europa.eu) o la información de la coyuntura turística que proporcionen destinos y otros operadores del sector.

La información recogida por el SIT estará permanentemente actualizada y será accesible mediante un acceso único, organizándose en diferentes bloques: movilidad y flujos turísticos, alojamiento, patrimonio, economía, empleo, sostenibilidad, datos abiertos y reutilización, actividades de los turistas en destino, viviendas de uso turístico y datos generados por los miembros de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. Cada módulo de información contendrá herramientas de consulta para generar: cuadros de mando y mapas contruidos

mediante una serie de filtros que segmentarán la información en función de las necesidades del usuario, periodos temporales y ámbitos territoriales.

El desarrollo del Sistema de Inteligencia Turística tendrá una dotación estable de recursos para hacer frente a diferentes tipos de costes: desarrollo y mantenimiento evolutivo de la infraestructura tecnológica; costes del personal necesario para los procesos de carga, tratamiento, procesamiento y análisis de datos; adquisición de datos y costes derivados de atender a la difusión y promoción de sus productos y servicios.

La estimación el lanzamiento del SIT es de 1,5 millones de euros.

4.3. Creación de un Visor de Datos de Turismo

Asimismo, se pondrá en marcha un **Visor de Datos de Turismo** que permita visualizar los principales datos turísticos en un único lugar. Esto permitirá a cualquier interesado acceder a toda la información. El visor de datos de turismo pretende ser una Web única de datos básicos del turismo de España desde el que se puede acceder a las distintas fuentes estadísticas turísticas procedentes fundamentalmente de órganos y organismos públicos.

Los datos estarán estructurados en cuatro categorías: datos generales (por ejemplo, llegadas de turistas internacionales); economía (gasto turístico, aportación al PIB o empleo); transporte (pasajeros aéreos, tráfico de pasajeros por puertos), y, finalmente, alojamiento (ocupación hotelera o precio de alojamientos).

Toda esta información permitirá crear un nuevo modelo de conocimiento que se plasmará en el **Observatorio de Inteligencia Turística**. Este Observatorio contará con indicadores, datos e información en tiempo real para poder prever escenarios y comportamientos, y así como adoptar, en consecuencia, las políticas públicas adecuadas.

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.*

La clave de la recuperación de la demanda dependerá del éxito de posicionar de nuevo a España como un destino seguro y sostenible, tanto de cara al turismo nacional como internacional. En ello, juega un papel fundamental la promoción, una promoción a medida y escalonada en función de la recuperación de los mercados emisores.

MARKETING Y PROMOCIÓN	Responsable	Dotación (€)	Fecha
Plan de Marketing 2020 – 2024 TURESPAÑA	MINCOTUR	33.300.000	2020-2024
Mejora de herramientas promoción y marketing	MINCOTUR	4.800.000	2020-2021
TOTAL PILAR 5		38.100.000	



5.1. Plan de Marketing 2020 – 2024 TURESPAÑA



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. Sin embargo, el actual escenario de crisis e incertidumbre generado por la pandemia del coronavirus, que ha impactado de lleno en diversos ámbitos a nivel nacional e internacional, exige desarrollar una estrategia turística fuerte, que pueda hacer frente a los avatares que se han ido produciendo en los últimos meses en el sector. Esto supone llevar a cabo, como paso inicial, un análisis de situación y definir y estructurar una serie de segmentos, programas y herramientas que culminen en el Plan Estratégico 2020-2024.

En primer lugar, de cara a definir el estado de situación y analizar la imagen de España como destino y como consecuencia de la crisis de demanda global ocasionada por la pandemia, se ha puesto el foco en un **estudio de investigación sociológica en los principales mercados europeos y los emisores más importantes de los mercados lejanos**, sobre la imagen y el posicionamiento de España como destino turístico, con los siguientes objetivos estratégicos: detección de áreas de mejora en la imagen del destino y su oferta, conocimiento del perfil del turista que viaja a España, características de sus viajes y detección de las barreras del viaje y los efectos de la pandemia. Los resultados del estudio de demanda global habrán de revisarse y dimensionarse a la luz de la medición que se haga en el diagnóstico de situación para el Plan.

Por otra parte, en un contexto globalizado, muy competitivo y cambiante, el auge de fenómenos tales como el dinamismo de los segmentos de millennials o la generación Z, con preferencias más experienciales y mayores niveles de gasto en muchos casos; pero también, la aparición de nuevas clases medias de mercados emergentes, y por lo tanto el incremento del ocio en la estructura de consumo de los mismos; así como la creciente demanda de valores asociados a la sostenibilidad, han puesto de manifiesto la necesidad de una revisión de la estrategia de promoción de TURESPAÑA, incorporando nuevos segmentos turísticos de perfil altamente tecnológico, trabajando en la captación de un turista rentable, con el eje puesto en la sostenibilidad e impulsando el crecimiento de mercados de gran potencial para España.

En el momento de reactivación de la actividad turística, los mercados europeos serán un primer eje de recuperación teniendo en cuenta que son nuestros principales emisores y los de mayor fidelidad hacia España. La proximidad es un factor importante a tener en cuenta. **Se desarrollará una campaña de imagen con el fin de fortalecer y mejorar la imagen del destino de España.** Además, se dará apoyo a la comercialización a través de campañas tácticas de apoyo a las ventas y en cooperación con socios del mercado, con el fin de recuperarlo en el corto plazo. Por último, se estrechará la colaboración con el sector profesional, facilitando su formación online e incentivando su participación en esta promoción.

Los viajes de largo radio de mercados asiáticos o americanos se planifican a más largo plazo, e inicialmente, puede existir un factor desincentivador por el riesgo del vuelo de larga duración. Por tanto, se activará la promoción en una segunda fase. Sin embargo, se trata de mercados todos ellos de grandes cifras de crecimiento en los últimos años, que ayudarán a desconcentrar geográficamente la demanda y a desestacionalizar el consumo del servicio turístico. Es por ello, que en una segunda fase se intensificará la acción promocional en estos mercados emisores.

El Plan de Marketing 2020-2024 contará con un presupuesto de 33,3 millones de euros proveniente de TURESPAÑA, organismo autónomo dependiente de la Secretaría de Estado de Turismo.

5.2. Mejora de herramientas promoción y marketing

Las principales herramientas de marketing a desarrollar como parte de este plan serán las herramientas online, dejando para más adelante la recuperación de herramientas offline, tales como ferias o jornadas de comercialización de los productos, servicios y destinos turísticos españoles. En algunos mercados se está planteando la viabilidad de ferias virtuales con el fin de mantener el contacto entre oferta y demanda durante este periodo. El marketing turístico necesita hacer un esfuerzo considerable para diferenciar al destino y no ser uno más en el océano de propuestas e información: debe captar la atención del consumidor, ofrecer un relato que le sea relevante y conectar emocionalmente con el viajero potencial. En este contexto, todas las organizaciones de promoción turística están dedicando cada vez más recursos al desarrollo del marketing de contenidos y al marketing en redes sociales.

Se lanzará un nuevo portal de turismo de España spain.info, que habrá de adaptarse en sus contenidos a la etapa pos-COVID-19. El nuevo portal se presenta como una evolución que permita dar respuesta a las diferentes fases por las que transita un potencial turista antes de decidir un destino para su viaje y que mejorará su experiencia como usuario en relación a la navegación, usabilidad y accesibilidad del sitio web. Tendrá una nueva identidad visual más impactante y moderna acorde con la marca España y su contenido será más inspiracional y visual, incluyendo también contenido práctico que ayude al usuario a organizar su viaje. El proyecto de redefinición del portal de turismo de España tiene un presupuesto de 4,8 millones entre 2020 y 2021.



COMPROMISOS DE LOS AGENTES SOCIALES DEL SECTOR TURISTICO

Ante la situación de crisis sanitaria y económica derivada de la pandemia del COVID-19 que asola nuestro país, los agentes sociales del sector turístico se comprometen a:

1. Compromiso con la actividad empresarial y el mantenimiento del empleo.

Desarrollar cuantas acciones y medidas sean necesarias para que las empresas y los representantes de los trabajadores del sector negocien y acuerden medidas en su ámbito correspondiente que garanticen la continuidad de las empresas sin pérdida de empleo, a través de medidas de regulación de empleo temporal y de flexibilidad interna.

2. Protección de las personas trabajadoras y clientes del sector.

Una vez reanudada la actividad productiva, las empresas se comprometen a aplicar las “Guías para la reducción del contagio por el coronavirus SARS-COV-2 en el sector turístico”, desplegando todos los medios preventivos que garanticen en todo momento la seguridad y salud de las personas trabajadoras, así como los clientes.

3. Compromiso en defensa del sector.

Continuar el dialogo social sectorial, con el fin de seguir compartiendo principios e iniciativas en defensa del sector turístico, para el mantenimiento de la competitividad de sus empresas, el mantenimiento y la calidad del empleo y del servicio prestado a la sociedad.