

# 73,5 millones de euros para promocionar España

El Plan de Promoción Exterior del Turismo 2006, presentado en la Conferencia Sectorial del Turismo, destinará un 20% más de presupuesto respecto a 2005 para mejorar la comercialización del producto turístico

**E**l Plan de Promoción Exterior del Turismo es fruto del trabajo entre la Administración, las comunidades autónomas y el sector empresarial.

El secretario general de Turismo, Raimon Martínez Fraile, señaló que uno de los objetivos del nuevo plan para 2006 es mantener o elevar la llegada de turistas extranjeros a España, que, según estimó, alcanzará la cifra de 55 millones al cierre de 2005, un 2,6% más respecto a los 53 millones de extranjeros que llegaron a la península en 2004. Para llevar a cabo dicho plan se ha realizado el diagnóstico sobre las tendencias y oportunidades en los mercados emisores y se ha analizado la actual coyuntura económica.

El plan mantiene la apuesta estratégica que hizo Turespaña con el Plan de Objetivos, con el que se apuesta por una mejor comercialización del producto turístico. También destaca en el nuevo plan el impulso de las campañas promocionales y el uso de las nuevas tecnologías aplicadas al marketing. Está prevista la creación de una plataforma CRM que gestione la relación con el cliente a partir de un nuevo *call center* internacional. Para desarrollar el Plan 2006, la inversión de Turespaña en promoción directa ascenderá a 71,6 millones de euros, un 20% más de lo destinado en 2005. Segitur, por su parte, invertirá 1,9 millones de euros en la promoción.

Uno de los ejes de actuación del plan es la investigación de mercado. Como recordó el secretario general, el turismo es un sector dinámico y, debido a ello, tiene que haber una continua adaptación. Por ello, el plan contempla la apertura a nuevos mercados como China, India, Estados Uni-



## PLAN DE PROMOCIÓN EXTERIOR DEL TURISMO 2006

### INVERSIÓN TOTAL: 73,5 MILLONES

(un 20% más que el ejercicio anterior)

**1• TURESPAÑA:** 71,6 millones de euros

**1.1• IMAGEN DE MARCA Y COMUNICACIÓN:** 39.809.000 euros, (un incremento del 17,1% respecto a 2005). Apoyo al producto en colaboración con sector privado. El 50% destinado a sol y playa, el 35% a cultural, el 10 a deportivo y el 5% a incentivos.

**1.2• DESARROLLO DE PRODUCTO Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN:** 25.525.000 euros, (un 3,6% más que en 2005). Impulso a acciones promocionales dirigidas al cliente final en mercado europeos.

**1.3• MARKETING 'ONLINE':** 5.000.000 euros, (Un 28% más que en 2005). Desarrollar un CRM (Customer Relationship management). Nuevas versiones de Spain.info.

**1.4• INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:** 1.280.000 euros. Para analizar la demanda potencial en Países Nórdicos, Bélgica, Países Bajos e India. (Un 21,9% más que 2005)

**2• SEGITUR:** 1,9 millones de euros para la promoción.

dos y los países del Este. Precisamente el mercado chino y el indio serán en tan sólo unos años importantes países emisores y el Gobierno español quiere estar presente en el próximo *boom* que vivirán estos países ahora emergentes.

Con el objetivo de llegar a estos países, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio destinará 1.280.000 euros a la investigación de mercados incrementando el presupuesto para este tema un 21,9 %.

También en este capítulo realizará estudios de producto sobre el turismo idiomático y el turismo de salud. Los trabajos que se vayan haciendo se podrán consultar en la web [www.tourspain.es](http://www.tourspain.es).

Para promoción de la imagen de marca y comunicación se destinarán 39,8 millones de euros, un 17,1% más respecto al presupuesto de 2005. El dinero se adjudicará para el lanzamiento de una nueva línea de cam-

paña de producto que deberá ser desarrollada con el sector privado para el apoyo a la comercialización de productos y ofertas turísticas específicas.

Esta partida se repartirá entre la puesta en marcha de una campaña dirigida al consumidor internacional sobre la Calidad Turística Española (Q) y la investigación de mercados.

El turismo tradicional español, el de 'sol y playa', seguirá siendo el número uno a la hora de recibir inversión, ya que el 80% de los extranjeros que llegan a España acuden al litoral. Por ello, el 50% de los 39,8 millones se destinará a este tipo de turismo, mientras que el 35% será para el turismo cultural, el 10% para el deportivo y de naturaleza y el 5% al de reuniones e incentivos. El argumento para seguir primando al sol y playa pero apoyar otro tipo de turismo es que se está logrando uno de los objetivos del Gobierno: desestacionalizar la actividad turística en España. La Copa de América 2007 y la Expo de Zaragoza 2008 también recibirán un impulso.

El desarrollo de producto y el apoyo a la comercialización contarán con un presupuesto de 25,25 millones de euros en 2006, un 3,6% más que en 2005. El objetivo es impulsar las acciones promocionales dirigidas al cliente final en los principales mercados emisores, así como el desarrollo de estrategias de marketing con clubs como estaciones de esquí, campings o rutas enológicas, entre otros. También se potenciarán las campañas locales en aquellas ciudades que disponen de nuevas conexiones aéreas.

El eje de marketing *online* contemplará una inversión de cinco millones de euros para abordar el desarrollo de una plataforma a partir de un *call center* para el cliente internacional y nuevas versiones del portal de turismo 'Spain.info' para Italia, Francia, Países Bajos, Austria y los cuatro países nórdicos. Por último, la investigación de mercados contará con un presupuesto de 1,28 millones de euros, un 21,9% más, para nuevos estudios sobre países nórdicos, Bélgica, Países Bajos e India.

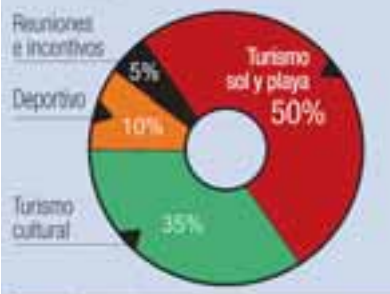
### Inversión según mercado

Los mercados europeos que más visitan nuestro país (Reino Unido, Fran-



### Inversión en turismo

Inversión en una campaña sobre la calidad turística y la investigación de mercados. Partida: 39,8 millones.



Fuente: Elaboración propia.

### EXPO DE ZARAGOZA Y COPA DE AMÉRICA

Los proyectos de Copa de América 2007 y Expo de Zaragoza 2008 se han contemplado en estos presupuestos y recibirán un impulso durante 2006.

cia y Alemania) aglutinarán el 78% de la inversión promocional de Turismo, en línea con la importancia actual que tienen para la industria turística española y su potencial para el desarrollo de los nuevos destinos emergentes del norte y el interior de la península. Los mercados americanos recibirán el 16% de la inversión y Asia y el Pacífico, el 6%. Destacan por su peso Estados Unidos y Japón, respectivamente, además de mercados europeos como Alemania, Italia, países nórdicos, Irlanda y Suiza, donde el peso relativo del gasto turístico supera al del volumen de entradas de turistas.

Próximamente se abrirá una Oficina Española de Turismo en la República Checa, mientras que en los mercados de Asia y Pacífico, sobre todo China e India, se desarrollará un plan específico dirigido tanto a la prospección de mercados como a facilitar el acceso de las empresas turísticas españolas a las oportunidades de negocio existentes.

### Planes de dinamización

La conferencia sectorial de turismo ratificó además la aprobación de 17 planes de dinamización de producto turístico para 14 comunidades autónomas. La inversión total de las Administraciones públicas implicadas asciende a 45,6 millones de euros, de los que 15,2 millones salen de las arcas de la Secretaría General de Turismo. Con estos planes se pretende regenerar algunos destinos que han quedado obsoletos y que, además, las empresas se impliquen en la cultura de la calidad. Se mejorarán los espacios de uso público y la oferta complementaria. Además se crearán nuevos productos turísticos y se concienciará a los agentes locales y a la población de la importancia de ofrecer calidad.

La conferencia sectorial sirvió también para decidir la constitución en enero del Consejo Español de Turismo. Este órgano colegiado fue creado por Real Decreto el pasado mes de julio, cuando se celebró un Consejo de ministros que giró en torno al turismo. Su finalidad es desarrollar una política común en esta materia, así como impulsar la colaboración público-privada. El objetivo es que en el futuro España siga ocupando un puesto líder en turismo.

El Consejo Español de Turismo está presidido por José Montilla. El cargo de vicepresidente recae en Pedro Mejía, mientras que el secretario es Raimon Martínez Fraile. La composición del Consejo se completa con 19 consejeros de turismo de las CC AA; 4 vocales ejecutivos representantes de la administración local; 9 profesionales de reconocido prestigio elegidos personalmente por Montilla, 4 representantes de CC OO y UGT; 6 representantes de las cámaras de comercio y 8 de organizaciones empresariales turísticas.