

08/05/2020

El Plan de Relanzamiento del Turismo destina 2,8 millones de euros adicionales para la reactivación, la formación y la promoción del sector

La cuantía anunciada hoy se suma a los 5 millones de euros destinados al turismo dentro del Plan de Reactivación Económica presentado el miércoles

La directora general de Turismo, Amaia López de Heredia, ha detallado este viernes las líneas de trabajo, medidas y acciones incluidas en el Plan de Relanzamiento del Turismo de La Rioja, con una dotación de 2.875.000 euros. La cifra se añade a los 5 millones de euros para el sector que ya se han anunciado esta misma semana dentro del Plan de Reactivación Económica (dotado en total con 34,4 millones de euros) y que además incluye otras líneas de las que puede beneficiarse el sector, en el ámbito de la liquidez o de la prevención de riesgos y reincorporación segura a los centros de trabajo. Así, la dotación destinada específicamente a dinamizar el sector del turismo en La Rioja asciende a un total de 7,8 millones de euros. Los objetivos, como ha destacado López de Heredia, son “proteger durante este periodo transitorio a la industria turística, que es estratégica para la economía de la región y ha resultado especialmente afectada por la situación del COVID-19, y relanzarla tras el proceso de desescalada, para que su reactivación se produzca de la forma más rápida y eficaz posible”.

Para ello, el Plan de Relanzamiento del Turismo se basa en cuatro pilares: reapertura en condiciones de seguridad y confianza, medidas de reactivación económica, conocimiento turístico y formación sectorial, y promoción y apoyo a la comercialización. En el primero de ellos, a las medidas impulsadas desde el Consejo del Diálogo Social con el Acuerdo para el retorno ordenado y seguro a la actividad económica en La Rioja, se suman los protocolos que está preparando el Instituto para la Calidad Turística de España (ICTE), con la colaboración de asociaciones empresariales, sindicatos, autoridades sanitarias y administraciones públicas, y la implicación del Gobierno de La Rioja en coordinación con el sector.

En cuanto a las medidas de reactivación económica, el sector del turismo cuenta con una línea específica dentro del Plan de Reactivación Económica presentado el pasado miércoles, que está dotada con 5 millones de euros y que contempla subvenciones para repensar y reformular el modelo de negocio y para el rediseño de la prestación de servicios, productos o experiencias turísticas. A estas líneas extraordinarias ya presentadas se suma ahora el plan de subvenciones propio de la Dirección General de Turismo, que amplía y es compatible con las medidas anteriores, y está dotado con 1,5 millones de euros adicionales: 700.000 euros para empresas, 400.000 euros para asociaciones turísticas y 400.000 euros para entidades locales, para aquellos ayuntamientos con oficinas de turismo y proyectos turísticos de relevancia.

Conocimiento y formación

El tercer pilar, el del conocimiento turístico y formación sectorial, está dotado con 275.000 euros e incluye dos actuaciones principales. Por un lado, se aprovechará el sistema de inteligencia turística que se ha puesto en marcha desde la Dirección General para vigilar nuevos comportamientos de consumidores de viajes y de ocio, con un estudio específico para monitorizar los comportamientos de búsqueda de viajes, recursos y destinos turísticos en las próximas semanas. “Esto permitirá tomar decisiones en cuanto al momento adecuado para la promoción, basadas en datos de comportamiento de mercado, que compartiremos con sector”, ha indicado Amaia López de Heredia

Por otro lado, se desarrollará un programa de formación, adaptado a la situación actual y centrado en la profesionalización del sector, con un espacio web de Aula Turística de La Rioja. “Nos parece un momento tremendamente importante para formarnos, profesionalizarnos y adquirir nuevas competencias que se alineen con las necesidades de reorientación de los servicios y adaptarnos a la situación actual”, ha explicado la directora general. Se incluirá formación propia, virtual en un primer momento y con posibilidad de propuestas presenciales más adelante, ya que la iniciativa tiene “vocación de permanencia”.

Promoción y apoyo a la comercialización

Finalmente, en el área de la promoción, con un presupuesto de 1,1 millones de euros ampliables, López de Heredia ha destacado que “ha habido que hacer un replanteamiento en mensajes, en mercados geográficos, tipos de productos o públicos objetivos” y ha explicado que la campaña de lanzamiento se encuentra en proceso de diseño y se dirigirá a mercados de proximidad y nacionales. “El objetivo es contar con una estrategia actualizada y adaptada a los datos recabados y que se irá reajustando a la situación en cada momento”, ha descrito. “Comenzaremos con acciones de ámbito local a finales de mayo, que invite a redescubrir La Rioja, que vuelva a poner a este sector tan importante para la economía en boca de todos los riojanos y propicie el conocimiento de nuestra geografía y que se complementará con acciones promocionales e incentivos al consumo”.

Las previsiones indican que, hacia mediados de junio, atendiendo a la situación de la movilidad y los datos de la inteligencia turística, podría impulsarse ya una campaña para comunidades limítrofes y el resto del mercado nacional, reservando posibles acciones internacionales adicionales para finales de año.