

PRÓRROGA DEL PLAN ESTRATÉGICO MARKETING DE TURESPAÑA 2021/2024

El *Plan Estratégico de Marketing de Turespaña 2021-2024* estableció las directrices estratégicas de la actividad de Turespaña durante este periodo, definiendo dos grandes objetivos.

El primer objetivo, en el contexto del impacto de la pandemia de COVID-19, consistió en la reactivación de la demanda de turismo internacional de calidad hacia España. Por ello, este objetivo se planteó con un horizonte temporal más corto, focalizándose en la revitalización de los principales mercados emisores donde España ya tenía una posición consolidada, con el fin de recuperar los ingresos turísticos internacionales previos a la pandemia.

Según los datos de EGATUR -Encuesta de Gasto Turístico- elaborada por el INE (Instituto Nacional de Estadística), este objetivo fue casi alcanzado en 2022, cuando el gasto total de los turistas internacionales en España alcanzó los 87.061 millones de euros, un 95% del registrado antes de la pandemia. Finalmente, en 2023, se superó ampliamente este umbral, con un gasto total de 108.662 millones de euros, un 18,2% más que en 2019.

El segundo objetivo del plan abordaba cuestiones de carácter estructural relacionadas con ciertas debilidades del modelo turístico español, tales como la percepción de masificación y la falta de sostenibilidad en algunos destinos, así como las carencias en el posicionamiento en relación con algunos atributos clave como el patrimonio histórico.

Se trataba, por tanto, de ir más allá de la recuperación de la demanda y avanzar en la transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad en sus tres dimensiones: medioambiental, económica y social. Dada su naturaleza, el marco temporal para el cumplimiento de este objetivo ha de entenderse necesariamente más amplio, con el fin de identificar y atraer a un turista más rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino a medio y largo plazo.

En este sentido, en 2024 se han constatado avances en la distribución temporal y espacial de los flujos de turismo internacional en nuestro país. Se ha incrementado el porcentaje de turistas y el gasto generado durante las temporadas baja y media, mientras que la temporada alta ha reducido su peso relativo.

Asimismo, se observa una mayor diversificación tanto en los mercados emisores como en los destinos receptores. Aunque los mercados europeos tradicionales han seguido creciendo tras la pandemia, lo han hecho a un ritmo menor que los iberoamericanos y el estadounidense; y en cuanto a los destinos receptores en 2024, el crecimiento del gasto y de las llegadas de turistas internacionales en las 11 Comunidades Autónomas que no son los principales destinos turísticos ha sido dos puntos y medio superior al experimentado en las regiones líderes en recepción de turistas.

La consecución de este segundo objetivo mantiene por tanto plena validez para 2025 y justifica la extensión de la vigencia del Plan durante el presente año, particularmente en un contexto de transición marcado por la elaboración de la **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030** por parte de la Secretaría de Estado de Turismo, que contribuirá a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

A partir del análisis de los retos futuros que deberá afrontar el sector turístico en la próxima década, el propósito de esta nueva estrategia es sentar las bases para la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible que nos permita mantener una posición de liderazgo mundial. Este modelo estará apoyado en la mejora de la competitividad y rentabilidad de la industria, la valorización de los recursos naturales y culturales de los destinos y una distribución equitativa de los beneficios y cargas del turismo.

Dentro del marco de la **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030** y, alineado y coordinado con sus directrices, Turespaña aprobará un nuevo plan de acción estratégica que definirá sus principales objetivos y líneas de trabajo para un próximo período.

Hasta la aprobación de este plan y teniendo en cuenta todo lo expuesto, se prorroga la vigencia del **Plan Estratégico de Marketing de Turespaña 2021-2024** durante 2025, resultando de plena aplicación sus directrices estratégicas para el desarrollo de la actividad general del organismo y, en particular, para el diseño e implementación de la planificación operativa de las Consejerías de Turismo en el exterior.

En Madrid, a 15 de enero de 2025.



Miguel Sanz Castedo

Director General