Relativo a plazas de licenciados en sector turístico

El Instituto de Turismo de España ([Turespaña](https://www.tourspain.es/es/)), es un organismo público adscrito al Ministerio de Industria y Turismo a través de la Secretaría de Estado de Turismo, responsable de la promoción de España como destino turístico en el mundo y la comunicación se ha convertido en los últimos años en una herramienta imprescindible para cumplir sus fines.

En el último Plan Operativo que ha publicado Turespaña figura que “La Secretaria General de Marketing Exterior del Turismo se centrará en trabajar junto a la red de las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero (OETs) en todas las herramientas relacionadas con el marketing y la comunicación, teniendo como principal destinatario las acciones tanto al consumidor final como a los medios”.

Un trabajo de promoción de España como destino turístico, que se desarrolla a través de la red de 33 consejerías de Turismo con las que Turespaña cuenta en el exterior. En todas ellas figura como trabajo prioritario la relación con los medios, que en sus orígenes consistía en facilitar viajes a los periodistas de cada país, para que visitaran España con el fin de elaborar reportajes. De la organización de estos viajes, se ocupaba un técnico de Turismo o asimilado, desde la sección de Prensa de cada oficina.

En la práctica, las oficinas de las OETs ya funcionan con agencias de comunicación, campañas en redes sociales y trabajos que van más allá de la inicial atención a los viajes de prensa, en claro retroceso por la falta de plantillas en los medios de comunicación para desplazarse.

Las alusiones de Turespaña a las tareas de comunicación son múltiples, en numerosos documentos, algunos de los cuales mencionamos a continuación a modo de ejemplo.

En la propia descripción de qué hacen las oficinas en el portal de Turespaña consta que «Las acciones de marketing y comunicación internacional contribuyen al posicionamiento de la marca turística España en la mente de aquellos que nos visitan así como del resto de turistas potenciales».

El Plan Estratégico de Marketing 2021-2024 destaca que marketing y comunicación son “uno de los tres grandes pilares de la acción de Turespaña, y en el se desarrollan las campañas de publicidad, contenidos, acciones en redes sociales, posicionamiento en buscadores, acciones con *influencers* y otros prescriptores (prensa), así como el desarrollo del marketing relacional con consumidores”.

El citado plan contiene las orientaciones estratégicas de la actividad de Turespaña y no hay más que ver las herramientas de trabajo -dosieres de prensa, presentaciones, acciones con medios de comunicación, campañas locales- para comprobar que las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero necesitan profesionales de la comunicación de forma prioritaria.

Por todo ello, la Asociación de la Prensa de Cádiz considera imprescindible que en las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero (OETs) trabajen periodistas que ofrezcan contenido informativo adaptado a cada país y a los diversos soportes comunicativos, manteniendo una actitud proactiva con toda la información de interés que puede difundir el país y atendiendo las peticiones de los medios que hasta ahora viene realizando personal no especializado en comunicación. En suma, una tarea proactiva y que no debería estar en manos de profesionales de otros ámbitos, máxime tratando de la administración pública.

La preponderancia de la comunicación en las tareas de Turespaña requiere de periodistas, profesionales especializados en sacarle un mayor partido a la información, a través de los canales más adecuados, para llegar al público objetivo de cada país.

La difusión informativa de España, un país tan rico en recursos culturales y naturales, tiene un enorme potencial, máxime teniendo en cuenta el enorme crecimiento de las páginas y secciones dedicadas a los viajes en los medios de comunicación de todo el mundo. Una actividad que además es muy rentable porque se convierte en una publicidad gratuita y con mayor credibilidad.

Un sector como el turismo, tan relevante para la economía y la imagen internacional de nuestro país, precisa de profesionales de la comunicación, que actúen desde el rigor, en un mundo de creciente desinformación.

**Y por tanto, la Asociación de la Prensa de Cádiz SOLICITA QUE:**

La FAPE emplace a Turespaña a incluir a la personas licenciadas y graduadas en Periodismo:

-En la relación de plazas y puestos de trabajo de cada una de las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero.

-En la próxima convocatoria de becas del Instituto de Turismo de España para la realización de prácticas profesionales en todas las Oficinas Españolas de Turismo en el Extranjero.