



**5. PREGUNTAS.**

**5.3. CON RESPUESTA ESCRITA.**

[10L/5300-0285] [10L/5300-0286] [10L/5300-0287] [10L/5300-0288] [10L/5300-0289] [10L/5300-0293] [10L/5300-0295]  
[10L/5300-0296] [10L/5300-0297] [10L/5300-0298] [10L/5300-0299] [10L/5300-0300] [10L/5300-0301] [10L/5300-0304]  
[10L/5300-0323] [10L/5300-0325] [10L/5300-0342] [10L/5300-0343] [10L/5300-0348] [10L/5300-0349] [10L/5300-0352]  
[10L/5300-0400] [10L/5300-0417] [10L/5300-0419] [10L/5300-0420] [10L/5300-0421] [10L/5300-0422] [10L/5300-0423]  
[10L/5300-0427] [10L/5300-0433] [10L/5300-0434] [10L/5300-0435] [10L/5300-0456] [10L/5300-0483] [10L/5300-0484]  
[10L/5300-0485] [10L/5300-0530] [10L/5300-0532] [10L/5300-0533] [10L/5300-0534] [10L/5300-0535] [10L/5300-0536]  
[10L/5300-0537] [10L/5300-0538] [10L/5300-0540] [10L/5300-0549] [10L/5300-0550] [10L/5300-0551] [10L/5300-0552]  
[10L/5300-0562] [10L/5300-0563] [10L/5300-0571] [10L/5300-0572] [10L/5300-0573] [10L/5300-0574] [10L/5300-0575]  
[10L/5300-0576] [10L/5300-0577] [10L/5300-0578] [10L/5300-0579] [10L/5300-0580] [10L/5300-0581] [10L/5300-0582]  
[10L/5300-0583] [10L/5300-0584] [10L/5300-0585] [10L/5300-0612] [10L/5300-0613] [10L/5300-0616] [10L/5300-0617]  
[10L/5300-0618] [10L/5300-0619] [10L/5300-0624] [10L/5300-0625] [10L/5300-0626] [10L/5300-0627] [10L/5300-0642]  
[10L/5300-0643] [10L/5300-0644] [10L/5300-0645] [10L/5300-0646] [10L/5300-0647] [10L/5300-0648] [10L/5300-0649]  
[10L/5300-0653] [10L/5300-0654] [10L/5300-0655] [10L/5300-0656] [10L/5300-0714] [10L/5300-0715] [10L/5300-0716]  
[10L/5300-0717] [10L/5300-0718] [10L/5300-0719] [10L/5300-0720] [10L/5300-0721] [10L/5300-0722] [10L/5300-0723]  
[10L/5300-0724] [10L/5300-0725] [10L/5300-0726] [10L/5300-0727] [10L/5300-0728] [10L/5300-0729] [10L/5300-0730]  
[10L/5300-0731] [10L/5300-0732] [10L/5300-0733] [10L/5300-0734] [10L/5300-0735] [10L/5300-0736] [10L/5300-0737]  
[10L/5300-0750] [10L/5300-0758] [10L/5300-0759]

**Contestaciones.**

PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 102.1 del Reglamento de la Cámara, se ordena la publicación en el Boletín Oficial del Parlamento de Cantabria de las contestaciones dadas por el Gobierno a las preguntas con respuesta escrita, de las que ha tenido conocimiento la Mesa de la Cámara en sesión celebrada el día de hoy.

Santander, 17 de julio de 2020

EL PRESIDENTE DEL  
PARLAMENTO DE CANTABRIA,

Fdo.: Joaquín Gómez Gómez.

**[10L/5300-0456]**

**CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y MARKETING PARA PONER DE MANIFIESTO CANTABRIA COMO DESTINO IDÓNEO DE VACACIONES TRAS LA CRISIS SANITARIA DEL CORONAVIRUS, PRESENTADA POR D. FÉLIX ÁLVAREZ PALLEIRO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO CIUDADANOS.**

«Desde la declaración del Estado de Alarma el 14 de marzo, los equipos de la Dirección General de Turismo y Cantur han estado trabajando en la elaboración de un Plan de marketing y Promoción de acuerdo al nuevo escenario.

En primer lugar, se trabajó en un modificado del Plan de Marketing 2020-2021 con los nuevos parámetros que la magnitud de la pandemia imponía en cuanto a los mercados:

Pérdida del mercado internacional.  
Competitividad en el mercado nacional.  
Atención al mercado.

Por otro lado, en cuanto a los medios se establecieron dos fases:

A corto plazo, soportes de marketing regionales y nacionales.  
A medio plazo, concurso de plan de medios, regionales y nacionales.



Esta partida sumará un coste total de 800.000 €. Adicionalmente, se trabajará intensamente en las redes institucionales y todas aquellas de administraciones públicas y privadas que se suman a las de Cantabria Informativa como ayuntamientos, grupos de acción local, empresas.

Por otro lado, la colaboración con las distintas compañías aéreas se ha adaptado a las nuevas circunstancias reduciendo la actividad de marketing en tanto no exista movilidad aérea para intensificarlo paulatinamente al ritmo de la vuelta a la normalidad

Para el último trimestre del año se han agendado acciones promocionales en el mercado nacional donde, por el Estado de Alarma, no se pudo asistir a las ferias previstas y aquellas ciudades periféricas donde existen conexiones aéreas y cuentan con una elevada población: Bilbao, Barcelona, Valencia, Málaga y Sevilla.

Por tanto, trasladado a la cronología, el impacto se centrará en el mercado doméstico, en primer lugar, para añadirse el mercado nacional, una vez se permita la movilidad interprovincial, para acabar incorporando el mercado internacional en el último trimestre.

En lo que se refiere al mensaje también se ha modificado para añadir a los valores conocidos de Cantabria Informativa (Santander, Cabárceno, Cultura...) aquellos que ahora pueden tener ventaja competitiva en estos momentos

Naturaleza  
Gastronomía  
Turismo  
Seguridad Sanitaria

El claim de la campaña es "Cantabria, sin ir más lejos".»