

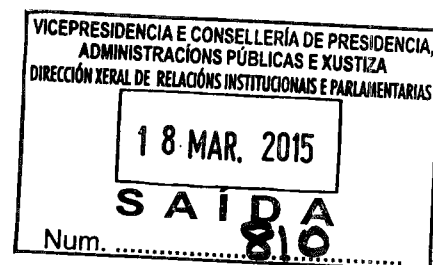
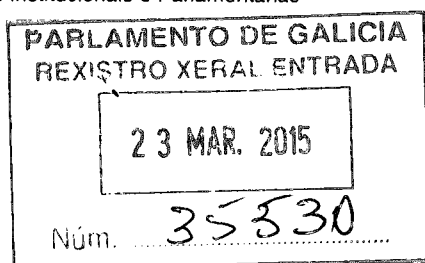


XUNTA DE GALICIA

CONSELLERÍA DE PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓNS PÚBLICAS
E XUSTIZA

Dirección Xeral de Relacións Institucionais e Parlamentarias

RS/jr



En relación coa pregunta con resposta escrita número: 33227, formulada polo Grupo Parlamentario do Bloque Nacionalista Galego, a iniciativa de dona María do Carme Adán Villamarín e dona Ana Belén Pontón Mondelo, sobre “**a contratación dun videoclip de Enrique Iglesias para a promoción do turismo de Galicia**”, (publicada no BOPG número 415 do 12 de febreiro de 2015), teño a honra de enviarlle, para así dar cumprimento ao previsto no artigo 157 do Regulamento do Parlamento de Galicia, a contestación formulada pola **Axencia de Turismo de Galicia**, que ten o seguinte contido:

“Dende a Xunta de Galicia estamos a apostar pola internacionalización do sector turístico, seguindo a quinta liña estratéxica do Plan Integral de Turismo referente a promoción e comercialización de Galicia como destino único baseado nun modelo á demanda.

Deste modo, esta nova acción para o impulso do turismo estranxeiro constitúe unha estratexia para continuar co aumento histórico do turismo internacional na nosa comunidade.

A política levada a cabo para dar a coñecer Galicia en países estranxeiros constituíu uns dos pilares fundamentais para que o mercado internacional presentara o pasado ano un comportamento positivo segundo os datos do INE. Este mercado superou nun 10,6% o volume de pernoitas e nun 16,1% o volume de viaxeiros estranxeiros do 2013.

Con esta mellora acadouse un máximo histórico tanto de volumes superando por vez primeira a barreira do millón de viaxeiros e acadando case 1,8 millóns de pernoitas.

Para a continuación desta traxectoria de crecemento do turismo internacional realizouse un acordo coa Empresa *Universal Music Spain* coa finalidade de promocionar o sector turístico galego a través do videoclip “Noche y de Día”.

Esta promoción vai ter tanto beneficios directos como indirectos para Galicia. A metade da inversión xa reverteu na nosa comunidade. Por unha banda, porque o importe íntegro do imposto de valor engadido volve directamente ao Estado e por outra, porque mais da metade da inversión quedou xa nas empresas e profesionais galegos que participaron na

producción, dende hoteis a empresas de iluminación e catering, así como os equipos técnicos e humanos que colaboraron no proxecto.

Así mesmo, a repercusión do artista de recoñecemento mundial que protagoniza o videoclip é moi valiosa para a difusión do mesmo. A súa website conta con máis de 100 mil visitas e a súa páxina web española con máis de 22 mil. En redes sociais conta con máis de 51 millóns de seguidores en Facebook, máis de 8,37 millóns en Twitter, case 3 millóns en Google plus e case 1,6 millóns en Instagram. Isto unido aos numerosos seguidores noutras redes sociais como Myspace ou Bebo entre outras suman un total de mais de 69 millóns de seguidores en internet.

En definitiva, os seguidores de Enrique Iglesias cóntanse por millóns e distribúense ao longo e ancho do mundo, ademais abarca todas as idades e condicións sociais e económicas, e isto é unha baza esencial para que os seus videoclips se convertan en grandes éxitos do panorama mundial tal como sucedeu co último videoclip.

Os datos da repercusión deste último videoclip denominado 'Bailando' bateu todos os records dun vídeo cunha canción en español. En total, foron mais de 661,366 millóns de visitas en Vevo e Youtube e máis de 126,467 millóns de streams en Spotify.

Tendo en conta estas cifras e realizando unha estimación previa sumamente á baixa, pódese concluír que contando tan só con que visionen o videoclip a quinta parte dos que viron o anterior, é dicir, 100 millóns, en lugar de 500 millóns, xunto a unha valoración do impacto dixital, o retorno superaría os 950 mil euros só grazas ao impacto de Youtube.

Así mesmo, segundo este mesmo criterio, só cos 500 millóns de seguidores de Facebook que recibirán o videoclip nas súas contas, o impacto sería de 475 mil euros. De maneira que no seu conxunto o investimento xa estaría case duplicado.

A isto habería que engadir ademais a repercusión alcanzada nas televisións e na prensa, cuxa valoración sería moito maior por tratarse de publicidade analóxica.

Con esta acción Galicia promocionarase a nivel internacional e darase a coñecer a un público que ata o de agora era inalcanzable.”



XUNTA DE GALICIA

CONSELLERÍA DE PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓNS PÚBLICAS
E XUSTIZA

Dirección Xeral de Relacións Institucionais e Parlamentarias

O que lle remito para o seu coñecemento e inserción no Boletín Oficial do Parlamento de Galicia, de acordo co previsto no artigo 65 e concordantes do Regulamento vixente.

Santiago de Compostela, 11 de marzo de 2015

A directora xeral de Relacións Institucionais

e Parlamentarias



Blanca García-Señoráns Álvarez

Excma. Sra. Presidenta do Parlamento de Galicia