

La opinión de los profesionales

DEBATE Si es cierto el dato que facilitó la propia Xunta de que en 2010, impulsados por *el efecto Xacobeo*, llegaron a Galicia 9.700.000 visitantes y si no miente la patronal Exceltur, de que cada turista gasta 75,90 euros diarios y pasa una media de dos jornadas en nuestra comunidad, resulta que el sector turístico facturó algo más de 1.629 millones de euros, más del 10% del PIB. Significa esto que en tiempos de recesión económica vale la pena apostar por la promoción para seguir atrayendo personas. Y aquí es donde deberían tener voz los profesionales, los responsables de los turoperadores que trabajan con nuestra tierra y los de las agencias de receptivo, aquellas que buena parte de su actividad se centra en recibir a los visitantes de otras zonas. ¿Qué opinan sobre la

polémica de la marca promocional de Galicia? Lo tiene muy claro: prescindir del sello Camino de Santiago es retroceder en un campo muy competitivo. Lo dicen profesionales acostumbrados a tratar con agencias de Alemania, Reino Unido, Francia o Italia, con los grandes grupos que traen a España más de 40 millones de turistas. Cada zona tiene sus particularidades y la identidad de Galicia no está definida ni por su gastronomía, ni por el turismo verde, ni por el termal, no suenan sus campos de golf, monumentos hay como en otras muchas regiones y no se pueden vender sus playas. ¿Qué se ofrece? ¿Qué piden los potenciales visitantes? El Camino de Santiago. Lo dicen aquellos que trabajan en el sector todos los días del año. ¿Por qué ni a ellos le hacemos caso?