

Foro Exceltur

Marca España: la cantidad no debe ser la obsesión del turismo

El país debe mejorar los "valores fríos" como la seriedad y la fiabilidad
21 ENERO, 2014

La reflexión se produjo en el marco del **Foro Exceltur**, que se celebra en Madrid, y que fue inaugurado por el presidente del Gobierno, **Mariano Rajoy**.

Precisamente, minutos antes Rajoy había proclamado que "los datos turísticos de 2013 son los mejores de la historia de España, al haber recibido **60,6 millones de turistas, un 5,6% más**, que nos permite recuperar el tercer puesto en el podio mundial". Ver también [España cerró 2013 con 60,6 millones de turistas extranjeros](#). Por su parte, Carlos Espinosa de los Monteros apuntó que "obsesionarse" por la cantidad más que por la calidad acabará **redundando en beneficio de la marca país**.



Mesa redonda en el Foro Exceltur 2014.

¿Y qué le falta a España para mejorar su imagen exterior? Según Espinosa de los Monteros, "estamos fuertes en los atributos cálidos **sobre estilo de vida, hospitalidad...** pero estamos menos reconocidos en los valores fríos referidos a **organización institucional, seriedad, respecto a compromisos, fiabilidad de un país, etc.** Aquí hay que mejorar".

Y es que según apuntó el alto comisionado de la marca España, "al ser del sur, arrancas con cierta desventaja respecto a los del países norte, que tienen una imagen de más aburridos y serios".

En cualquier caso, Carlos Espinosa de los Monteros recordó los "valores positivos" que el turismo aporta a la marca España, entre ellos el facilitar el conocimiento del país y de sus productos, lo que a posteriori incluso facilita las exportaciones de ciertas mercancías.

En el aspecto negativo, las [encuestas](#) que maneja la Marca España revelan el descontento de los visitantes cuando en determinados destinos turísticos se produce una sobresaturación en temporada alta, lo que se traduce en deficiencias en los servicios prestados.