elmundo-eldia.com

JUL.06.021

Sábado, 8 de julio de 2006 **Actualizado a las 02:07**

TURISMO /

El sector turístico apuesta por una imagen de Menorca 'diferenciada del resto de Islas'

Políticos y profesionales reflexionan sobre los retos de la Isla como destino en una jornada organizada por la Fundación Turismo Menorca que reunió a más de 150 personas

M.C. / L.V. COSTA

CIUTADELLA.- Mejorar la accesibilidad y su coste en Menorca y crear una imagen bien identificada y diferenciada del resto de las islas son los factores clave para que la isla sea competitiva como destino turístico. Así lo considera el sector turístico quien también cree importante mejorar la oferta complementaria e incrementar la calidad. Unos 150 profesionales y políticos del sector se reunieron ayer en el Hotel Port Ciutadella en una jornada organizada por la Fundación Turismo Menorca bajo el título 'Menorca 2010: retos y oportunidades'.

Conocer la opinión de la práctica totalidad del sector presente en la jornada fue posible mediante un mando a distancia interactivo. Tras las votaciones llegó el debate entre los asistentes, quienes justificaron su voto. Y es que quisieron matizar que el hecho de que la protección integral del paisaje y posicionar el producto para turismo familiar fueran los factores que recibieron menos votos, «no quiere decir que no sea importante sino que ya lo tenemos». Otro asistente se quejó porque el sector privado «está esperando que la administración pública resuelva los problemas». Y tuvo contestación: «Le corresponde al sector público la promoción».

Los representantes del sector turístico presentes en la jornada mostraron opinaron también sobre la percepción de Menorca en los mercados emisores. En este sentido definieron la isla como un destino caro, especialmente en servicios complementarios, con infraestructuras no adecuadas, con carencia de una imagen definida, con falta de posicionamiento y poco conocido.

Gran pacto insular

Uno de los ponentes de la jornada, el vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, consideró clave y básico constituir un «gran pacto insular» entorno al turismo «que intente traducir las pretensiones en un proyecto a largo plazo». El pacto lo han de consensuar necesariamente sector público y privado, trabajando juntos.

En el mismo sentido se expresó la vicepresidenta del Govern, Rosa Estaràs, quien clausuró la jornada. Estaràs hizo un llamamiento a la colaboración del Consell en el esfuerzo, que entiende debe ser común, por mejorar el estado de las infraestructuras de la isla con el objetivo de ser «más competitivos» y «capaces de ofrecer a nuestros visitantes ofertas alternativas para conseguir el gran logro de alargar la temporada y romper la estacionalidad».

Estaràs resumió algunas las conclusiones de la jornada: trabajar en la promoción externa, recuperar los mercados extranjeros emisores pero sin olvidar el nacional, diversificar para alargar la temporada, formar a los profesionales y construir infraestructuras de calidad tanto sanitarias como viarias.

Por su parte, José Luis Zoreda consideró que Menorca necesita «afrontar un cambio fundamental en su enfoque estratégico. Hay que saber qué quiere el turista que viene a la isla». En este sentido abogó por dedicar más esfuerzo a la diferenciación y a «diseñar políticas a largo plazo para lograr el posicionamiento de la marca Menorca».

Más personalizado

Zoreda explicó que es clave pasar del producto estándar al personalizado. Y lo ejemplificó. Cree que no es tan importante crear un turismo cultural sino un turismo cultural para familias. «Esto no existe en casi ningún sitio», afirmó.

Otro de los ponentes inivitados fue Pere Duran, director general de Turisme Barcelona, un consorcio que realiza la promoción de la ciudad condal. El ente está participado por el Ayuntamiento de la ciudad y la Cámara de Comercio. Sin embargo, ambos aportan sólo el 14% del presupuesto. El resto son recursos propios que obtienen a través del bus turístico y de los souvenir de las tiendas, entre otros.

La experiencia es positiva. Palau aseguró que durante el primer trimestre de 2006 ha crecido un 18% el número de turistas, un 16% las pernoctaciones y un 2,4% la ocupación respecto al mismo periodo del año pasado. Destacó asimismo que en el ente «la responsabilidad turística recae en el sector empresarial».

José Luis Carrillo, presidente de Air Madrid y Hoteles Globales fue también uno de los ponentes como lo fue el consejero delegado del turoperador Iberojet, Gabriel Subias. Por su parte, el director de la Oficina de Turismo de España en Londres, Ignacio Vasallo aseguró que la venta de paquetes tradicionales representa sólo el 40 por ciento del total de paquetes que se venden hoy hacia Menorca desde el mercado británico.

Vasallo estuvo acompañado de su homólogo en Milán, Carlos Hernández, y en Berlín, Álvaro Blanco, quien aseguró que Menorca tiene una imagen «inmejorable» pero «precisa aún el paso entre una buena imagen y el producto».

Nombre de archivo: Documento2
Directorio:
Plantilla: C:\Documents and Settings\Web1\Datos de programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot
Título:
Asunto:
Autor: App
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 11/07/2006 9:15:00
Cambio número: 1
Guardado el:
Guardado por:
Tiempo de edición: 5 minutos
Impreso el: 11/07/2006 9:23:00
Última impresión completa
Número de páginas: 2
Número de palabras: 804 (aprox.)
Número de caracteres: 4.423 (aprox.)