

27/03/12

## Alicia García lidera una alianza para ser más competitivas bajo el paraguas de la marca España

### Las regiones de interior se unen para conquistar a los turistas extranjeros



**La consejera de Cultura, Alicia García, interviene ante la prensa. Junto a ella, los consejeros de las siete regiones de interior de España, la secretaria de Estado, Isabel Borrego, y el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda.**

VALLADOLID- Las siete comunidades de interior de la España autonómica (Castilla y León, Aragón, La Rioja, Castilla La Mancha, Madrid, Navarra y Extremadura) han unido sus fuerzas en materia turística para, de la mano de la marca España, conquistar los mercados internacionales y atraer más turistas extranjeros. «Menos sol y playa, tenemos de todo y durante los 365 días del año», apuntaba ayer la consejera de Cultura, Turismo y Deporte de nuestra Comunidad, Alicia García, que lidera un grupo de trabajo estable que se reunirá periódicamente con el objetivo de seguir avanzando en propuestas de ofertas conjuntas. La próxima reunión será en Toledo, poco después de que se celebre el Consejo Español de Turismo, previsto para el 17 de abril, donde se dará forma al Plan Integral Nacional de Turismo en el que trabaja el Gobierno popular de Mariano Rajoy. Un ambicioso proyecto llamado a regular un mercado único en el turismo español, «que permitirá a nuestro país recuperar la posición estratégica que disfrutábamos hace no tanto», destacaba la consejera de Economía y Empleo de Castilla-La Mancha, Carmen Casero.

Una alianza, que pretende ganar en competitividad y presencia internacional bajo el paraguas de la marca España, y cuya finalidad no es otra que aprovechar el potencial turístico de estas comunidades del interior de España, tanto en el ámbito cultural, gastronómico, medioambiental o patrimonial para impulsar el desarrollo económico y, en definitiva, crear empleo y riqueza que ayude al país a salir cuanto antes y reforzados de la actual crisis. Para ello, la consejera de Cultura castellano y leonesa ve imprescindible la participación del sector privado y la colaboración de todos. Alicia García ponía tres pilares en los que se basa esta alianza de comunidades del interior y en los que, a su juicio, el futuro plan turístico nacional debe sustentarse para impulsar ese desarrollo económico anhelado: que las comunidades autónomas de interior ofrecen productos turísticos consolidados, basados en la experiencia y, sobre todo, especializados y diferenciados. «Todos estos factores -señalaba García- permitirán combatir la estacionalidad turística,

diversificar la oferta, incrementar las pernoctaciones, que es nuestro gran caballo de batalla, así como el gasto medio por cada turista, y de esta forma posicionaremos el destino turístico España y contribuiremos al desarrollo económico del país».

La consejera anunciaba también la creación de otro grupo de trabajo entre el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y las comunidades autónomas para crear productos turísticos culturales.

En nombre de las siete regiones del interior de España, la consejera de Economía y Empleo de Castilla La Mancha destacaba también el «cambio de mentalidad» y la «generosidad» de las regiones en los últimos años para romper barreras, «abandonando su lucha en solitario en favor de estrategias turísticas conjuntas», y llamaba al sector a seguir por este camino, todos juntos, «para hacer un turismo más atractivo que recupere la estratégica posición que siempre ha tenido».

Una alternativa real

El encuentro de ayer en Valladolid contó con la presencia de la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, quien recogía el guante lanzado por estas siete comunidades autónomas de interior a través de una completa y variada batería de propuestas, «que se estudiarán -dijo- con detenimiento y seguramente se incluirán en el Plan nacional de Turismo, que estará listo muy pronto». «El turismo de interior es una alternativa real al turismo de sol y playa, ya que apuesta por la desestacionalización», continuaba Borrego, tras llamar al sector a poner en valor «todo nuestro potencial y crear un producto único, que se tiene que vender bajo la marca España». También estaba presente en esta primera reunión del grupo, el vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística «Exceltur», José Luis Zoreda, quien insistía en la necesidad de que haya unidad de mercado y de acción entre todas las comunidades para que los empresarios se impliquen más en este proyecto.

Una unidad de acción que se plasmaba en un completo texto lleno de propuestas consensuadas por las siete comunidades de interior. Entre ellas, la homologación de las clasificaciones de los hoteles españoles, pero también de los establecimientos de turismo rural. Algo en lo que, por cierto, está trabajando el Gobierno de España, según confirmaba la secretaria de Estado de Turismo. Asimismo, las regiones de interior reclaman herramientas que las permitan evaluar su coyuntura turística, además de mantener incentivos económicos y fiscales y facilitar el uso turístico de las aguas de ríos y embalses. También solicitan la creación del programa 'Fidelización España', incrementar la promoción a través de televisión, internet y redes sociales, o la inclusión en las acciones promocionales de Turespaña de eventos como fiestas regionales y tradicionales.

Finalmente, reivindican la puesta en valor del patrimonio natural y cultural tanto material como inmaterial; unificar los programas formativos y revisar el Sistema de Calidad Turística Española.

### **El turismo, motor de la economía regional en tiempos de crisis**

Es el sector de nuestra Comunidad que mejor está resistiendo la crisis. El 2011 cerró en nuestra Comunidad con más de 6,1 millones de viajeros, un 2,80 por ciento más que en 2010, y de más de 10,4 millones de pernoctaciones, que pese a ser uno de los hándicaps de Castilla y León, también se incrementaron un 1,22 por ciento. Además, Castilla y León es la primera autonomía receptora de viajeros de turismo rural, con el 23 por ciento.