



Foto de familia de los consejeros del ramo, entre ellos Carmen Casero, junto a la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego

ANA PÉREZ HERRERA

Las regiones de interior se alían para ofrecer un producto alternativo al sol y mar

► Reunidas en Toledo, deciden homogeneizar alojamientos rurales y trabajar para atraer al turismo doméstico

ABC
TOLEDO

Las Comunidades autónomas de interior acordaron ayer crear un producto común de turismo de interior para proyectar al exterior una imagen conjunta, así como homogeneizar la clasificación de alojamientos rurales y realizar una campaña para atraer al turismo doméstico, que representa el 50 por ciento. Estos son los acuerdos a los que llegaron ayer las siete Comunidades autónomas de interior, que estuvieron presentes (todas excepto Navarra) en Toledo en la segunda reunión de turismo de interior, tras una primera celebrada el 27 de marzo de 2012 en Valladolid y a la que seguirá un tercer encuentro en Extremadura.

La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, presente en el acto, explicó en rueda de prensa posterior al encuentro, celebrado en el Museo de Santa Cruz, que el próximo 8 de abril la sectorial de turismo cerrará los temas que ayer se abordaron y destacó que el turismo de interior supone el 25 por ciento del sector turístico en España.

La principal tarea que se han marcado estas comunidades para ser una

alternativa complementaria al turismo de sol y playa es elaborar una oferta común, algo que realizarán en colaboración con el Gobierno central y el sector privado, informa Efe.

El objetivo es proyectar una imagen conjunta para que el turismo de interior —a través de la oferta gastronómica, de naturaleza, cultural, de ocio o idiomática— ayude a enriquecer la marca España y contribuya a la generación de riqueza y empleo en estas comunidades. Según explicó Borrego, esa promoción conjunta iría destinada a mercados internacionales demandantes de este turismo de interior, en particular Gran Bretaña, Alemania, Portugal y Francia.

Para realizar esta promoción uni-

ficada, es necesario homogeneizar la clasificación de alojamientos rurales con el objetivo de facilitar la información a los visitantes, favorecer a los empresarios, de modo que no tengan 17 normativas diferentes según el lugar en que trabajen y salvaguardar, asimismo, los derechos del turista de una forma más homogénea. Esta estrategia conjunta en cuanto a los alojamientos rurales se cerrará en la sec-

Mercados internacionales
La campaña va destinada a Gran Bretaña, Alemania, Portugal y Francia

Satisfacción por el borrador del Tajo

El presidente de las Cortes Regionales, Vicente Tirado, y el secretario regional de Asaja, José María Fresneda, valoraron el borrador del Plan de la Cuenca del Tajo, al estimar que la reserva de 400 hectómetros cúbicos de agua en la cabecera garantiza el agua para todo el sector agrícola de la región, según informó Efe. Durante la reunión que ambos mantuvieron en la sede de la Cámara Regional, Tirado indicó que «era

necesario un borrador que ponga en el mapa del agua a Talavera de la Reina, cuyo caudal ecológico ha pasado de 0 a 10 metros cúbicos por segundo». El presidente de las Cortes calificó también de «hito» el hecho de que la reserva en la cabecera del Tajo casi se haya duplicado, al pasarse de los 240 a los 400 hectómetros cúbicos. Por su parte, el líder regional de Asaja aseguró que, «por fin, después de 30 años y gracias a Cospedal y al Ministerio», hay un borrador del Plan Hidrológico de la Cuenca del Tajo.

torial del 8 de abril.

Por otra parte, las comunidades reunidas acordaron realizar una campaña común para atraer al turismo doméstico, que «está viéndose afectado negativamente por la situación económica de España», según señaló Borrego. El vicepresidente ejecutivo de Exceltur, José Luis Zoreda, en representación de la iniciativa privada, valoró la puesta en marcha de una estrategia conjunta de turismo, pues destacó la necesidad para el sector empresarial de la unidad de acción y la unidad de mercado para «afrontar la caída de la demanda interna».

Por su parte, la consejera de Empleo y Economía de Castilla-La Mancha, Carmen Casero, destacó que el turismo supone el 12 por ciento del PIB en la comunidad castellano-manchega y ensalzó el trabajo conjunto de las regiones de interior «sin confrontaciones», lo que evidencia que «por encima de las individualidades» está la marca España.

La consejera de Castilla y León, Alicia García, subrayó que lo que las comunidades de interior deben «tener claro» es que la estrategia tiene que ser conjunta para posicionarse con un mismo objetivo: «captar el mayor número de visitantes internacionales». Asimismo, la consejera de Turismo de la Comunidad de Madrid, Ana Isabel Mariño, subrayó que el turismo cultural español apenas es el 10 por ciento del movimiento internacional, «muy por detrás» de Italia y Grecia, y aseguró: «eso un país como España no se lo puede permitir, ni consentir».