

Cantabria apuesta por la internacionalización de su turismo con "palancas clave" como Centro Botín y Mundial de Vela



Santiago Recio mantiene un encuentro de trabajo con empresarios del sector turístico nacional integrados en Exceltur

SANTANDER, 10 Mar. (EUROPA PRESS) -

El director general de Turismo del Gobierno regional, Santiago Recio, ha señalado este lunes, en Madrid, ante empresarios del sector turístico nacional, que el principal "reto" del turismo de Cantabria es "impulsar su internacionalización" y ha explicado que para ello la región "pretende introducirse en la corriente de turismo internacional a través de palancas clave como la inauguración del Centro de Arte Botín, el Mundial de Vela, Altamira o el Parque de la Naturaleza de Cabárceno".

Recio ha mantenido un encuentro con representantes de Exceltur, a los que les ha adelantado algunas de las líneas y acciones de promoción que se incluyen en el Plan de Marketing Turístico 2014-15, que la Consejería de Innovación, Industria, Turismo y Comercio presentará la próxima semana a los empresarios y agentes turísticos de la región.

Además de aspirar a "mantener la posición de privilegio como comunidad turística por excelencia en el norte de España" e insistir en los mercados nacionales, el Plan de Marketing 2014-15 busca "introducir la región en los circuitos internacionales aprovechando los eventos con repercusión mundial y focalizando la promoción en los productos más importantes de nuestro turismo", ha señalado Recio.

En este sentido, el nuevo Centro de Arte Botín, Cabárceno y Altamira, así como la referencia de Santander y el evento clave de mundial de Vela 2014 "servirán como recursos útiles para

promocionar los otros grandes productos de Cantabria: costa y playa; turismo rural, naturaleza, cultura y los caminos de Santiago y Lebaniego", ha insistido el director de Turismo.

Recio ha explicado que el uso de las nuevas tecnologías y la colaboración con el sector turístico y la experiencia en ejemplos de éxito en Cantabria como el turismo de surf y la gastronomía "permitirán a la región avanzar en la necesaria especialización y promoción selectiva de productos estrella y diferenciales que nos permitan atraer al turista extranjero".

La desestacionalización y la modernización de la oferta, así como la promoción y comunicación de ésta en clave de contenido emocional que sea motivador para los potenciales turistas son objetivos también contemplados en el Plan de Marketing de este año, ha adelantado.

EXCELTUR

La reunión de esta mañana con representantes de Exceltur se enmarca dentro de la línea de colaboración que la Consejería de Turismo mantiene con la Alianza para la Excelencia Turística.

Exceltur es una asociación sin ánimo de lucro constituida en la actualidad por 27 de los más relevantes grupos empresariales turísticos españoles.

Entre sus cometidos se encuentran los de analizar, estudiar, divulgar y promover las mejores condiciones competitivas para el desarrollo de actividades turísticas en el marco de la economía de mercado.