

# Andalucía tiende la mano al Gobierno en la Conferencia de Turismo aunque pide “respeto”

La Junta reclama en El Hierro mayor presencia de los trabajadores y apoya la potenciación de la marca España en colaboración con la andaluza • Soria ofrece a las comunidades participar en la red de oficinas exteriores



Soria, representantes de las comunidades y de la CEOE posan en los jardines del Parador de El Hierro.

CRISTÓBAL GARCÍA / EFE

## R. E. / EL HIERRO

La isla de El Hierro fue ayer el escenario de la Conferencia Sectorial de Turismo que reunió al ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, con los diferentes consejeros y representantes del ramo de las comunidades autónomas. En dicho encuentro, Soria explicó las líneas maestras del Plan Integral que pretende impulsar el sector en los próximos años y en cuya elaboración las regiones tendrán “un protagonismo singular”. La Junta de Andalucía estuvo presente en la Conferencia y tendió la mano al Ejecutivo “para colaborar” en beneficio de la industria, aunque siempre desde “el

mayor respeto al Estado autonómico consagrado en la CE”.

Así lo trasladó la viceconsejera de Turismo, María del Mar Alfaro, en sustitución del titular del ramo, Luciano Alonso, quien no pudo asistir a la reunión. En la Sectorial, celebrada en el Parador de El Hierro, se dieron cita representantes de las comunidades y, por primera vez, asistieron miembros del sector empresarial turístico, como Exceltur, Orizonia y la patronal CEOE. Al hilo de este hecho, la Junta reclamó mayor presencia de los trabajadores y apuntó que en materia turística el Gobierno regional siempre ha trabajado “en consenso” con todos los agentes del sector, tanto empre-

sarios como trabajadores, más si cabe cuando uno de los temas tratados fue la reforma laboral.

El ministro Soria, en la rueda de prensa, hizo hincapié en la necesidad de potenciar la marca España debido a que “no sólo resta, sino que suma a cualquiera de los segmentos turísticos que se ofertan en nuestro país”. Desde el Ministerio se ha decidido potenciar una marca que constituye “un gran paraguas para todos los destinos y para todos los productos de España y que, además, es compatible con el conjunto de acciones que realiza cada comunidad autónoma para promover sus fortalezas”.

La Junta apoya un plan de marketing que atraiga turistas al des-

tino, resaltando, no obstante, la importancia y singularidad de la marca Andalucía. “Lo que es bueno para Andalucía es bueno para España”, señaló Alfaro.

Por otra parte, el Ministerio de Industria, Energía y Turismo ofreció a las comunidades autónomas la posibilidad de participar en la red de oficinas de turismo que tiene repartidas fuera de España, de manera que cada región pueda recabar información específica de cara a su política de promoción en nuevos mercados emisores.

Soria explicó que España cuenta en el exterior con una red de 33 oficinas de turismo donde personal cualificado está en continuo contacto con tour operadores y

agentes de los mercados emisores donde se sitúan.

A partir de ahora, tal y como anunció el ministro durante la conferencia, esta red estará “a plena disposición” de todas las comunidades, por lo que podrán ubicar en estas oficinas a profesionales que recaben información específica para cada región.

Soria también resaltó el ahorro que supondrá esta medida, pues las comunidades podrán hacer uso de una intendencia que sufragada por el Estado.

El Ministerio también ha decidido impulsar una política “más dinámica” de visados en relación a emisores que están teniendo una creciente importancia, como el ruso, y que están eligiendo destinos competidores.

## PLAN INTEGRAL

El ministro asegura que las regiones disfrutarán de un protagonismo singular en su elaboración

En materia de formación, Soria anunció que el Gobierno ha puesto a disposición de las comunidades una línea especial por importe de 36 millones de euros destinados a la formación de profesionales del sector turístico.

Igualmente, señaló que desde el Ministerio se está analizando lo que hacen otros destinos y destacó la necesidad de seguir apostando por la promoción, toda vez que España, por ser un destino maduro, “no puede dormirse”. Dentro de esta estrategia, el ministro considera que hay que poner sobre la mesa “políticas en común” por parte de las comunidades autónomas y el Estado, sobre todo en todo lo relativo al turismo nacional.