



MAY.12.335

# “España S.A”, la marca que hay que impulsar en el extranjero

REDACCIÓN

El director general de Turespaña, Manuel Butler, anima a una visión empresarial del país para ser "más competitivos"



30/05/2012 14:46

El director general del Instituto de Turismo de España (Turespaña) Manuel Butler, ha afirmado este miércoles que el turismo español, por su prestigio a nivel internacional, debe ser “la palanca” que impulse la “marca España” en el extranjero.

Para apoyar esta afirmación, Butler ha hecho referencia a la lista que anualmente elabora *FutureBrand*, que clasifica países en función del peso de su marca, y donde España se coloca en la tercera posición mundial por materia turística, mientras que en el ranking global se encuentra en el puesto 14.

"En el mundo turístico España es un referente, ¿por qué no podemos utilizar como palanca al sector turístico para recuperar esa marca España en el exterior?", se ha preguntado Butler en un encuentro organizado en Madrid entre Google, Exceltur y Turespaña.

Para conseguir ese “impulso”, el responsable de la promoción turística española ha

considerado "lógico" que este país tenga una visión empresarial, "como si se tratara de una España S.A", con el propósito de "posicionarse bien en un mundo altamente competitivo".

### **Programa de "fidelización-país"**

Entre las medidas concretas que actualmente Turespaña está discutiendo con el resto de Ministerios, sectores sociales y actores implicados, Butler ha destacado un programa de "fidelización-país", que lleva estudiando "varios años".

"Además, Turespaña está trabajando en un catálogo de servicios para el sector, y está transfiriendo las estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos (IET) al Instituto Nacional de Estadística (INE) para una mayor neutralidad", ha añadido.