

AUNAR ESFUERZOS Y GESTIONAR LA OPORTUNIDAD DE VALLADOLID COMO DESTINO TURÍSTICO, CONCLUSIONES DEL IV FORO DE TURISMO

El director general de Turismo de la Junta de Castilla y León inauguró la jornada en la que también participaron la concejala de Cultura y Turismo y el vicepresidente de la Diputación de Valladolid

Valladolid, 15 de noviembre de 2017

La Asociación de Hoteles de Valladolid organizó, por cuarto año consecutivo, un foro de novedades turísticas en la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid, en el que se ensalzaron las oportunidades de Valladolid como destino turístico y se reclamó más autoestima y más acciones conjuntas de todos los sectores, con el objetivo común de fortalecer las virtudes de la ciudad y provincia.

Como conclusiones de la intensa jornada de debate, se aplaudieron las bondades de Valladolid -como el arte, patrimonio, gastronomía, enoturismo, las plazas hoteleras de calidad y las buenas comunicaciones-, pero se criticó la falta de confianza en nosotros mismos e interiorizar las ideas. *“Corremos el peligro de que las oportunidades y fortalezas se conviertan en amenazas, por ejemplo, si se adelantan otras comunidades a llevarlo a cabo”*, concluyó el vicepresidente de la Asociación de Empresarios de Alojamientos Turísticos, Luis Martínez-Íñiguez.

En el foro se recordó la evolución positiva del turismo de Valladolid -con el crecimiento de las pernoctaciones hoteleras de enero a septiembre en un 7'45%-, con datos como las 9.600 plazas hoteleras de gran calidad en toda la provincia y los más de 250 congresos que se celebran en la ciudad, y se calificó este año como el de la recuperación económica turística en Valladolid. *“Invertir en calidad tendrá un efecto multiplicador en la economía y el empleo, por lo que se debe intensificar la promoción”*, afirmó el presidente de la Asociación de Empresarios Turísticos de Valladolid, Francisco de Frutos.

Todo ello constituye una *“oportunidad de desarrollo para una política turística que apueste por criterios no cuantitativos, sino cualitativos, para desarrollar una herramienta que apueste por la calidad y la cualificación de nuestra oferta”*, dijo ya desde el principio el director general de Turismo de la Junta de Castilla y León, Javier Ramírez Utrilla, en la inauguración de la jornada. Además resaltó como reto *“impulsar la coordinación a nivel nacional entre comunidades, en el ámbito normativo y promocional, junto con la colaboración con los empresarios”*, añadió.

La concejala de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Valladolid, Ana Redondo, ahondó en la misma idea, añadiendo la internacionalización. Criticó que en los presupuestos la partida de promoción se considere “prescindible” puesto que se confunde con el autobombo o la propaganda. *“No es un gasto, es una inversión futura. Y que no se nos olvide el fin común, destruyamos barricadas de lo mío es lo más importante. Si vendemos Valladolid, lo vendemos todos y compartimos el éxito, no hay que competir. Si gana la provincia, incluso la comunidad, también gana la ciudad”*:

El vicepresidente de la Diputación de Valladolid y diputado delegado de Economía, Víctor Alonso Monje, también insistió en la idea de la colaboración para la promoción, como se ha realizado con las rutas denominadas “Esencia de vino”, en el que están implicadas muchas partes del sector turístico. *“Si no te conocen, no existes”*, aseguró,

Gerente: Raquel González: gestion@hotelesdevalladolid.org y 699730930.

NOTA DE PRENSA



lo que debe desencadenar en la comercialización del destino. *“Se deben realizar acciones conjuntas para gestionar la oportunidad y estamos abiertos a todas las propuestas que podamos desarrollar”.*

El resto de ponencias trataron temas tan importantes para los profesionales de este sector como la regulación legal de la incorporación de la vivienda turística a la oferta del destino, los cambios que afectan a las relaciones laborales y las actuaciones más frecuentes de la inspección laboral, la protección de datos y la gestión de los riesgos legales en el entorno digital, novedades de las *“illness claims”* o las nuevas plataformas digitales como UBER, Cabify, Airbnb, Homeaway...

La jornada ha sido patrocinada por Garrigues, Digival, Aspama Seguridad Ambiental y Control de Plagas y la DO Cigales.