



AGO.12.056

## Inglaterra promociona el turismo entre sus nacionales para que viajen en casa

- Por REVISTA80DIAS.ES | 22/8/2012 11:18
- Actualizada el 28/8/2012 12:04

MADRID.- Mientras José Manuel Soria, ministro de Industria, Energía y Turismo, ha sido criticado por sus [declaraciones sobre el turismo español](#), en el Reino Unido han pasado a la acción. VisitEngland, la empresa que se encarga de la promoción de Inglaterra (uno de los países que integran el Reino Unido), ha iniciado una campaña dirigida al turista británico con la que pretende fomentar los viajes dentro del país, crear 9.100 trabajos y generar un gasto de 365 millones de libras (462 millones de euros). La campaña tendrá una duración de tres años y está financiada con 19,8 millones de libras (25,09 millones de euros).

“The Growing Tourism Locally” es el nombre que ha recibido la iniciativa y en la que han puesto dinero el Gobierno británico a través de los fondos regionales de desarrollo, junto con aportaciones de VisitEngland y de empresas del sector turístico. Es el ejemplo de colaboración público-privada que se viene demandando desde hace años por parte de instituciones como Exceltur, que agrupa a las principales empresas turísticas de España.

El proyecto llevará a cabo campañas locales basadas en temas regionales específicos con los que se quiere incentivar que el británico pase sus vacaciones en casa. Las agencias especializadas en paquetes para viajes dentro del Reino Unido han recibido positivamente la iniciativa, pero no ha sucedido lo mismo con aquellas agencias que se dedican a los viajes al exterior. El Gobierno británico ha explicado que la promoción no se hará en detrimento de las salidas a otros países para no perjudicar a las empresas emisoras.

Las primeras campañas se desarrollarán hasta final de año y en 2013 tendrá lugar las promociones temáticas, coincidiendo con la Semana Santa y las vacaciones de verano. La costa, el campo, los deportes, la literatura o el variado patrimonio serán algunos de los items de las campañas temáticas.

### Peticiones en España

Esta campaña es un ejemplo de lo que el sector turístico lleva años reclamando al Gobierno español. No obstante, el éxito de la misma podría ser contraproducente para las empresas turísticas españolas, ya que los británicos son nuestro primer mercado emisor de turistas, por lo que si deciden quedarse en su país a vacacionar el gasto y las visitas a España serían menores. A pesar de que es un ejemplo de campaña, la misma no integra al resto de países que forman el Reino Unido (Gales, Escocia e Irlanda del Norte), que realizan la promoción por su cuenta.

En cualquier caso, en foros como **Exceltur** o en las asociaciones de turismo interior se ha venido reclamando un plan similar al inglés. No obstante, España cuenta con sus peculiaridades. Primero habrá que ver cómo funciona la campaña en Gran Bretaña, ya que el turista británico, por tradición, viaja más a otros países, tanto del arco mediterráneo como asiáticos. Por su lado, el español tiende a quedarse más en casa (en 2011

se realizaron 13 millones de viajes al extranjero, frente a los 147 millones de viajes dentro de España, según la encuesta Familiar del IET), por lo que el espíritu de una campaña similar debe ser un poco diferente.

En nuestro caso, las comunidades a las que más se viaja son Andalucía y Cataluña (ambas con provincias de costa) y Castilla y León. Por eso sería necesaria una promoción que cantase las lindezas del interior español, pero también de comunidades como Galicia, Asturias, Cantabria o País Vasco, con una mezcla de costa y oferta de interior.

## Sin unión

En segundo lugar, en España las competencias de promoción turística están transferidas a las comunidades autónomas (en Reino Unido se encargan de la promoción de cada país VisitEngland, VisitWales y VisitScotland). Debido a los intereses políticos que reinan en cada una de ellas es más que difícil (casi imposible) conseguir que se pongan de acuerdo para hacer una promoción conjunta. Mucho menos que los atractivos de una se promocionen en los de otra. Otra vez más, la mala gestión política es un impedimento para una buena estrategia turística.

En nuestro país no existe un organismo estatal, al estilo de VisitEngland, que se encargue de la promoción del turismo español entre los españoles, sino que es cada región la que crea su consejería de Turismo o empresa pública que se encarga de estos menesteres. Y es que no se puede comparar el caso de la promoción inglesa con la española. Dentro de Reino Unido, Inglaterra es uno de los países integrantes de Gran Bretaña, mientras que en España las comunidades autónomas no han sido nunca países históricamente, sino regiones dentro de un mismo país llamado España. Para hacerse una idea, una campaña similar en nuestro país sería aquella que uniese los esfuerzos promocionales de varias provincias de Castilla y León, Castilla-La Mancha y Madrid.