



En Barcelona

## Reyes Maroto reconoce la contribución de las agencias de viajes a la industria turística española

- La ministra de Industria, Comercio y Turismo participa en el XIX Foro ACAVe (Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas).
- “El éxito de muchas de las propuestas e iniciativas de la oferta turística española depende de la capacidad de las agencias para convertir nuestros recursos turísticos en elementos consumibles, en productos turísticos”

19.09.19. La ministra de Industria, Comercio y Turismo en funciones, Reyes Maroto, ha resaltado hoy la importancia de las agencias de viajes durante la inauguración del XIX Foro ACAVe: *Las infraestructuras y las relaciones económicas para el avance del turismo.*

La ministra ha destacado la contribución de las agencias a la industria turística y la necesidad de su participación para lograr desestacionalizar el turismo, racionalizar la demanda turística, facilitar el consumo de destinos y actividades alternativas, etc. Para Reyes Maroto, el éxito de muchas de las propuestas e iniciativas de la oferta turística española depende de la capacidad de las agencias “para convertir nuestros recursos turísticos en elementos consumibles, en productos turísticos”.

La ministra ha señalado además que las agencias han sabido adaptarse a los cambios disruptivos del sector, gracias en parte a una de sus fortalezas: la innovación y la inteligencia turística.

## El desafío del Brexit

Asimismo, durante su intervención, Reyes Maroto ha hecho referencia al importante desafío que supone el Brexit. Maroto ha enumerado las medidas que ha puesto en marcha el Gobierno tomando la iniciativa en el acompañamiento y apoyo al tejido empresarial turístico para mejorar su preparación ante un evento de la magnitud.

Entre esas medidas se encuentra la intensificación de las campañas de publicidad en medios y canales especializados británicos para tranquilizar al viajero y turoperador de reino Unido sobre sus decisiones de compra, y así mantener el flujo de turistas. En junio Turespaña activó 'We have Spain in common', una campaña en redes sociales cuyo objetivo es fidelizar a los turistas británicos y crear un sentimiento de confianza en el destino turístico español. Además, el pasado 6 de septiembre el consejo de ministro aprobó 33,3 millones destinados a campañas de publicidad internacionales, entre ellas campañas que atenderán los efectos del Brexit.

## Necesidad de un nuevo modelo turístico

Para finalizar, la ministra ha repasado otros desafíos a los que se enfrenta el sector, que exigen la redefinición del papel de las políticas turísticas y el desarrollo de nuevas herramientas de planificación y gestión turística a nivel local. En este sentido, el Gobierno apuesta por la transformación del modelo turístico basándose en los conceptos de innovación, tecnología, sostenibilidad, accesibilidad y gobernanza para garantizar el presente y el futuro del turismo en nuestro país.

Reyes Maroto ha recordado que en enero se presentaron las directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, "una estrategia que queremos construir sobre el consenso, con participación de todos los actores, para sentar las bases de un modelo turístico apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y la rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo".