

jueves 14 de enero de 2016

## Huelva busca una nueva marca que englobe a todos los sectores productivos para potenciar el destino



### Las II Jornadas del CESpH reúnen en Punta Umbría a los principales agentes públicos y privados implicados en el desarrollo turístico de la provincia

El Hotel Barceló de Punta Umbría ha acogido hoy las II Jornadas del Consejo Económico y Social de la Provincia de Huelva (CESpH), centradas este año en la relación entre 'Marca, identidad y diferenciación del destino Huelva' como ejes del desarrollo del sector turístico en la provincia de Huelva.

El presidente del Consejo Económico y Social de la Provincia de Huelva, Juan

José García del Hoyo ha destacado la necesidad de implicar a toda la sociedad en la búsqueda de soluciones y propuestas para potenciar el destino Huelva. “El turismo aporta prácticamente el 4 por ciento del Producto Interior Bruto de la provincia, casi tanto como la agricultura y tiene un peso específico muy importante en los efectos inducidos sobre otras ramas de actividad como los servicios”, ha asegurado García del Hoyo.

En el marco de la Jornada, también se ha presentado el dictamen del CESpH sobre el Sector Turístico, aprobado hace unos días por el Pleno del Consejo, un diagnóstico de la situación del turismo en la provincia de Huelva para el que se ha analizado toda la información estadística existente hasta la actualidad.

García del Hoyo, ha destacado como una de las conclusiones la falta de infraestructuras como causa de desventaja competitiva para el turismo provincial. “Nos hemos quedado fuera del circuito del Ave y somos la única provincia de todo el litoral desde Gerona hasta Ayamonte que no cuenta con Aeropuerto”, ha incidido el presidente del CESpH. Para compensar esta carencia se hace necesario buscar nuevos reclamos que atraigan al viajero y eso es lo que se plantea el CESpH a través de estas jornadas, implicar a todos los sectores productivos para crear productos innovadores y satisfacer así las demandas de los distintos tipos de turistas.

El vicepresidente de la Diputación, José Luis Ramos, ha felicitado al CESpH por esta iniciativa al tiempo que ha subrayado la necesidad de englobar en una gran marca del destino a las grandes marcas que tiene la provincia de Huelva y su materia prima de calidad mundialmente reconocida. “Esa es la gran apuesta que hacemos en esta jornada, de la que esperamos sacar soluciones y propuestas para posicionar a la provincia de Huelva entre los principales destinos turísticos del país”.

El presidente de la FOE, José Luis García Palacios, ha insistido en este mismo punto, “estamos aquí para identificar los objetivos que tenemos que reforzar, para saber diferenciarnos y compensar lastres como la falta de infraestructuras, un elemento que rema en contra de nuestros intereses”. García Palacios ha señalado la estacionalidad como el otro gran problema que enfrenta el sector turístico en la provincia y ha subrayado la necesidad de aunar los esfuerzos de todos los sectores para potenciar el destino.

Por su parte, el gerente del Patronato de Turismo, Jordi Martí, ha puesto de manifiesto que Huelva necesita trabajar en una nueva marca, que identifique y diferencie el destino Huelva con presencia de todos los sectores económicos y con la implicación de la sociedad, que posicione a la provincia entre los principales destinos turísticos y constituya la base de cualquier estrategia global del sector.

Un total de 140 profesionales y gestores del sector público y privado han participado en esta jornada, que ha comenzado con la ponencia 'Haciendo marca Huelva', a cargo de Carmen Esquivias, responsable de Estrategia de Marca en Family Agencia y Meeting SUR. A continuación se ha propiciado el debate y la reflexión en diferentes mesas de trabajo que han analizado temas como la Oferta Turística, la Estacionalidad, la Promoción de Destino, las Infraestructuras, el Turismo Rural y el Patrimonio cultural entre otros. Durante la jornada se han propuesto diversas experiencias a través de un panel de empresas en el que han participado e informado sobre su oferta una decena de empresas del sector turístico de la provincia.