

# PWC considera vital apostar por desestacionalizar la oferta turística en España

■ EL DÍA, S/C de Tenerife

“La desestacionalización de la oferta turística, el impulso de la marca España y la mejora de la eficiencia son los tres ámbitos claves para mejorar la competitividad del sector turístico español y que lidere la recuperación económica nacional”, según determina el informe “Temas candentes del turismo para 2012”, elaborado y difundido ayer por la consultora PriceWaterhouseCoopers (PWC).

El documento, elaborado por un grupo de expertos de la industria, desgrana los ocho desafíos a los que se enfrenta el sector, entre los que destacan la sostenibilidad y renovación de los destinos turísticos, la gestión flexible de recursos humanos, la importancia del transporte y de internet, así como la promoción y armonización de la legislación turística a través de un impulso coordinado de las diferentes administraciones públicas.

Para Álvaro Klecker, socio res-



GRAFCAN se presentó ayer como instrumento de apoyo al turismo./ M. E.

ponsable de Turismo de PwC, “si el sector quiere incrementar su posición de liderazgo mundial debe renovarse, desarrollar nuevas propuestas y comercializarse a través de vías innovadoras de ámbito universal que complementen la oferta existente”.

En otro orden de cosas, ayer se llevó a cabo la presentación de Grafcan “como instrumento de apoyo a la promoción del turismo y a la difusión de los contenidos de información territorial para los productores y consumidores de servicios turísticos”, en un acto celebrado en la sede de la empresa pública en Tenerife al que asistieron el presidente del Ejecutivo autónomo, Paulino Rivero, y el consejero de Obras Públicas, Transportes y Política Territorial, Domingo Berriel.