

CONCLUSIONES

JORNADA MOTIVACIÓN EMPRENDEDORES EMPRESARIALES

Villaumbrales (Palencia) 22 de Junio de 2010

MESA TEMÁTICA:

El Canal de Castilla: "Lo que queda por hacer"

Interviene:

- Enrique Bercianos, secretario técnico de la Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales (CPOE)
- Marta Elena Sánchez, empresa OCIOH Animación y Eventos
- José María Díez, empresas Martín Doncel

Modera:

- Miguel García Marbán, técnico del Ayuntamiento de Medina de Rioseco

Conclusiones:

Propuestas y consideraciones:

- Que haya más inversiones y ayudas de las administraciones.
- Que actualmente el Canal de Castilla como recurso turístico no es capaz de sustentar una empresa.
- Que se evite la competencia desleal.
- Que se eviten trámites administrativos a la hora de querer emprender algún tipo de iniciativa empresarial.
- Que se escuchen las propuestas de los empresarios.
- Que los habitantes de los municipios ribereños se crean las posibilidades reales del Canal de Castilla como recurso capaz de generar desarrollo local.
- Que haya más promoción del Canal de Castilla.
- Que desde las administraciones se busquen nuevos mercados para la promoción de los distintos atractivos del Canal de Castilla. Se pone como ejemplo la importancia del turismo ornitológico en Portugal e Inglaterra y las posibilidades en este sentido del Canal de Castilla.

Preguntas que se proponen para recoger también en las conclusiones de esta mesa

- ¿Qué quieren hacer las administraciones públicas con el Canal de Castilla, ante la situación de abandono del patrimonio ligado a este bien de interés cultural de cara a recuperar fábricas, almacenes o viviendas como elementos que son fundamentales para poder articular una oferta turística integral?
- ¿Es necesario seguir recuperando esclusas para aumentar la navegabilidad y así ampliar la oferta turística de Canal de Castilla?
- ¿Quién se ocupa del mantenimiento de lo que, con buen criterio, se ha hecho hasta ahora?
- ¿Quién tiene que poner en común las experiencias llevadas a cabo en las tres provincias y promocionarlas conjuntamente, como por ejemplo los tres barcos de los que actualmente no existe una oferta conjunta?
- ¿No sería necesario que el Canal de Castilla fuese un producto turístico promocionado desde la Junta de Castilla y León como lo realiza con otros productos regionales como el Camino de Santiago o el enoturismo.

Palencia, 9 de agosto de 2010