

A VUELTAS CON LA REGION

Sobre la promoción del turismo

Como viene siendo habitual en los últimos años —desde hace una década—, apenas el invierno empieza a declinar, la Feria Internacional de Turismo (FITUR) planta sus reales en Madrid, concitando la atención mundial de la industria turística. Y resulta curioso observar cómo regiones y países, empresarios y profesionales acuden a la capital de España con sus mejores realidades y proyectos, señal inequívoca de la gran importancia que el negocio turístico alcanza en todas partes. Incluso en los países comunistas, hoy tan convulsionados política y socialmente, autoridades y empresarios luchan denodadamente para que el turismo no decaiga, dada su enorme importancia laboral y económica.

También, como siempre ha sucedido, nuestra comunidad autónoma de Castilla-La Mancha ha estado presente en FITUR, presentando un stand atractivo con material promocional totalmente nuevo y representativo de la oferta turística castellano-manchega. Y de acuerdo con las indagaciones que hemos hecho al respecto, cabe decir que el efecto causado ha sido bueno, confirmándose, una vez más, las grandes posibilidades turísticas de nuestro ámbito geográfico. Sobre todo en lo que se refiere a los lugares específicos de la Ruta de Don Quijote —no del «Quijote», como suele escribirse— y a ciudades monumentales como Almagro, Villanueva de los Infantes, Sigüenza, Belmonte y las capitales de las cinco provincias de la comunidad, con mención especial a Toledo.

El consejero de Industria y Turismo, José Luis Ros, co-



José López Martínez

Estamos convencidos de que se han dado pasos muy positivos en lo que hace a la promoción turística de Castilla-La Mancha. Pero no ocultamos nuestro escepticismo.

mentó, con motivo de la mencionada Feria Internacional, que

el Departamento de Turismo ha llevado a cabo una intensa labor en el sentido de acercar al viajero, por medio de folletos, vídeos y publicaciones, todo aquello que nuestra región, turística hablando, puede ofrecerle. También, manifestó José Luis Ros, se han señalado carreteras, se han levantado vallas publicitarias y se han configurado las diversas rutas que puedan recorrerse y visitarse. Según sus palabras, contaremos con más y mejores hoteles, con una infraestructura de campings cada vez mayor y con una suficiente atención informativa a quienes nos visiten.

Nos complace todo esto, por supuesto, por lo que supone para el bienestar de las gentes de nuestra tierra. Estamos convencidos de que se han dado pasos muy positivos en lo que hace a la promoción turística de Castilla-La Mancha. Pero no ocultamos nuestro escepticismo. Llevamos muchos años viendo cómo existe una gran diferencia entre los proyectos, entre lo que podría hacerse y lo que realmente luego sucede. Ciertamente va creciendo el número de turistas que nos visitan, que las cosas van cambiando a mejor; pero es todavía mucho lo que falta por conseguirse. Lo sabemos por experiencia. Por una larga y penosa experiencia. Hasta ahora, viajar por Castilla-La Mancha no ha sido cosa sencilla. Ha faltado orientación, profesionalidad en la hostelería —con las debidas excepciones, claro—, verdadera conciencia de lo que el turismo supone para nuestra economía y nuestro prestigio.