

JOSÉ MANUEL DÍAZ-SALAZAR. CONSEJERO DE INDUSTRIA Y TECNOLOGÍA

## “El turismo es cada vez más un complemento a otro tipo de industria”

- ¿Por qué se ha elegido slogan “Sin ir más lejos” para la promoción turística de Castilla-La Mancha de cara a FITUR 2006?

“Porque no es necesario recorrer muchos kilómetros ni invertir mucho tiempo para disfrutar de tesoros turísticos que los castellano-manchegos tenemos en nuestra tierra, pero también para el conjunto del País que en Castilla-La Mancha puede disfrutar de los tesoros ambientales, patrimoniales y gastronómicos; así como el turismo de congresos o patrimoniales. En definitiva, de ahí el slogan que viene a decir que

muy cerca hay un destino turístico que es Castilla-La Mancha”.

- La edición de FITUR del pasado año se centró en la Ruta del Quijote. ¿Cuál será este año la oferta?

“El pasado año nos presentamos en FITUR realizando la venta de una ruta muy importante como es la Ruta de Don Quijote. En esta edición generalizamos la oferta y damos a conocer todas las Rutas de Castilla-La Mancha. Concretamente 30 rutas donde se han vertebrado los destinos turísticos de cada rincón de la región, ya que prácticamente no nos queda ninguna comarca que atesore riqueza turística que no quede en esas 30 rutas reflejada. En definitiva, en FITUR 2006 hablamos de las 30 rutas siendo la del Quijote una más de ellas.

Además, seguimos insistiendo en hablar de productos, lo que quiere decir que hay un turismo rural, de gastronomía, de salud, de congresos y cultural.

Por último, todo ello lo provincializamos, ya que la nuestra es una vasta región de 80.000 Km2 de extensión distribuidos en cinco provincias, por lo que conviene referenciar territorialmente donde se localizan estos productos y rutas”.

- ¿Qué técnica se empleará para la presentación de estos productos turísticos?

“La presentación de estas ofertas turísticas la hacemos con un envoltorio audiovisual para hacernos un hueco en el impresionante océano de ofertas de esta muestra turística, profundizando en la estrategia para captar la atención”.

- ¿Cómo es el stand de la Junta de Comunidades?

“Como de costumbre el stand oficial, el número 7 de la muestra, ha sido realizado por una empresa especializada que ganó el correspondiente concurso público. El stand, al estar lleno de luz, sonido y colorido es realmente impactante para los visitantes que se encuentra con ofertas tentadoras y al

que intentaremos captar por medio de mensajes audiovisuales, ya que el stand está presidido por una pantalla gigante de 40 metros de longitud donde se proyectan esas sugerentes imágenes de luz y de sonido.

También hemos querido jugar con el colorido, que hemos considerado una forma muy efectiva para captar la atención visual del viajero.

También es un stand muy abierto al objeto de que una vez que el visitante opta por adentrarse en él encuentre muy fácilmente las referencias para poder llegar a profundizar

con facilidad a los lugares o productos que más le agrade. Por lo tanto tendremos posibilidad de vender cada una de nuestras ofertas”.

- ¿Qué espera de FITUR?

“Yo estoy convencido de que cuando finalice FITUR, y también otras ferias

con menos resonancia pero también muy efectivas, conseguiremos alcanzar el objetivo que nos marcamos día tras día y es que consigamos incrementar a lo largo de 2006 el número de visitantes a nuestra región, que ocurra lo mismo con el número de pernoctaciones y el dinero que se gaste, haciendo posible de esta forma que la rentabilidad de nuestras empresas turísticas sea cada vez mayor”.

- ¿Se puede cuantificar el re-



sultado de una feria como esta?

“Es tremendamente complicado, porque la rentabilidad de una feria de estas características exigirá un esfuerzo de sinceridad de cada uno de los que han expuesto. Pero la impresión genérica es que FITUR es rentable, por eso estamos todos, pero al mismo tiempo cada vez nos inclinamos más porque la presencia en FITUR la tienen que liderar las empresas privadas que son las que, después, tienen

que rentabilizar la inversión”.

- ¿Volverán repetirse situaciones de controversia como la mantenida con Toledo en la anterior edición de FITUR?

“A FITUR no vamos a vender instituciones, no se tiene que ir a hacer política. A mi me preocuparía mucho si un sólo empresario se fuera de nuestro stand porque considerara que no estuviera representado su interés, y

menos que en un momento determinado que un representante político considere que se tiene que ir. Lo respeto, aquello está pasado, con el Ayuntamiento de Toledo todos los días nos esforzamos en estrechar la cooperación. Este año estará presente en varios espacios: en el stand de Castilla-La Mancha, en uno propio y en otro de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad. En este sentido, por nuestra parte, no tenemos nada que objetar, ya que nuestra responsabilidad como representantes públicos consiste en estrechar la colaboración en beneficio del sector. En este caso, las dos instituciones estamos empeñadas en cooperar para que el turismo en Toledo vaya a más y que siga siendo la joya incuestionable de la corona del turismo español y, por supuesto, de Castilla-La Mancha”.

- ¿Qué pretenden con el Plan de Ordenación y Promoción del Turismo?

“En realidad lo que ha querido hacer el presidente Barreda con este Plan es tener un modelo de crecimiento del turismo en el que estén claras las ideas y el modelo de crecimiento del sector. Este modelo tiene que estar asociado a dos parámetros de crecimiento: calidad y sostenibilidad, huyendo de los parámetros de ‘sol y playa’, que han terminado deteriorando la imagen del territorio, fundamentalmente por la masificación. Luego, nuestro crecimiento turístico debe ser muy respetuoso con la conservación del patrimonio medioambiental, cultural, gastronómico, folklórico, etc. Y también que crezca con parámetros de calidad, sin que nos importen sólo las cifras, sino fundamentalmente el grado de satisfacción de los que vengán a conocerlos. También, que hagamos un esfuerzo de promoción exitosa, ya que el conjunto de los turistas cada vez conoce mejor que Castilla-La Mancha tiene una oferta muy interesante y atractiva. Sólo nos hace falta afinar aún más la promoción y comercialización a nivel internacional para que cuando llegue 2015, año en el que celebraremos el IV Centenario de la edición de la segunda parte del Quijote, sean más los visitantes, más los trabajadores empleados por el sector y más los pueblos que, gracias al turismo, han crecido en bienestar”.

- ¿Que importancia tiene el turismo en el crecimiento económico de la región?

“El turismo es cada vez más una industria y supone algo más del 10% de nuestro PIB; por lo tanto genera empleo, inversión privada y riqueza. En este sentido, un sector que en otros tiempos era marginal, ahora tiene el carácter de industria cada vez más estratégica y que, en comparación con alternativas de otro tipo de industrias, es limpia y genera empleo sostenible, representando un eje de desarrollo bastante evidente. No es el único, no es que vayamos a vivir sólo del turismo, pero cada vez es más un complemento a otro tipo de industria”.

### Crecen los viajeros y las pernoctaciones en 2005

Hasta el mes de noviembre, Castilla-La Mancha ha recibido cerca de 2 millones de viajeros lo que supone un incremento del 4,6% respecto al año anterior. Los meses de mayor afluencia de turistas, por este orden, han sido agosto, septiembre, octubre y abril según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Este aumento en el número de turistas ha estado acompañado por un incremento del 7,3% de las pernoctaciones, cerca de 2,5 puntos por encima de la media nacional. En total son más de 3 millones las que se han hecho en este período.

Según el consejero, estos datos “no deben tomarse como algo coyuntural sino que si establecemos un período más amplio, por ejem-

plo los últimos 5 años, observamos que nuestro crecimiento supera los 17,5 puntos, es decir, 15,8 puntos por encima de la media nacional, que se situó en el 1,8%. Lo que corrobora la tendencia de crecimiento de la demanda turística de nuestra región”.

En cuanto a los datos del mes de noviembre, la encuesta del INE indica que el número de viajeros creció este mes un 17,3% en Castilla-La Mancha respecto al mismo mes del año anterior, frente a la media nacional que fue del 9%; las pernoctaciones también aumentaron un 17,4% frente al 7,1% del país en este mes.

En lo que se refiere a la creación de empleo, de enero a octubre “somos la Comunidad Autónoma que más crece

en afiliados a la Seguridad Social en el sector turístico, con un incremento medio del 9,6%, casi el doble que la media nacional”.

En lo que se refiere al gasto turístico de los tres primeros trimestres del año, Castilla-La Mancha está entre las regiones que más aumenta con un 36,2% (cuando la media nacional es del 4,3%); además, el gasto medio diario se sitúa en 80,9 euros, uno de los más elevados de cuantos se producen en el resto de comunidades.

Centrándonos en el turismo extranjero, el crecimiento de enero a diciembre fue del 32,1%. Una cifra que fue valorada muy positivamente por Díaz-Salazar, ya que consolida la tendencia señalada en los análisis mensuales y acredita

que Castilla-La Mancha está ganando cuota de mercado del turismo internacional.

El consejero también destacó la importancia en este incremento del esfuerzo promocional del Gobierno de Castilla-La Mancha con motivo del IV Centenario de ‘El Quijote’ para captar terreno en un mercado especialmente importante por su capacidad adquisitiva y para afirmarse como destino turístico internacional.

Hay que destacar que este incremento de la llegada de turistas extranjeros sitúa a Castilla-La Mancha en cuarto lugar en crecimientos entre las comunidades autónomas y muy por encima de la media nacional que en el pasado año registró un alza del 6 por ciento.