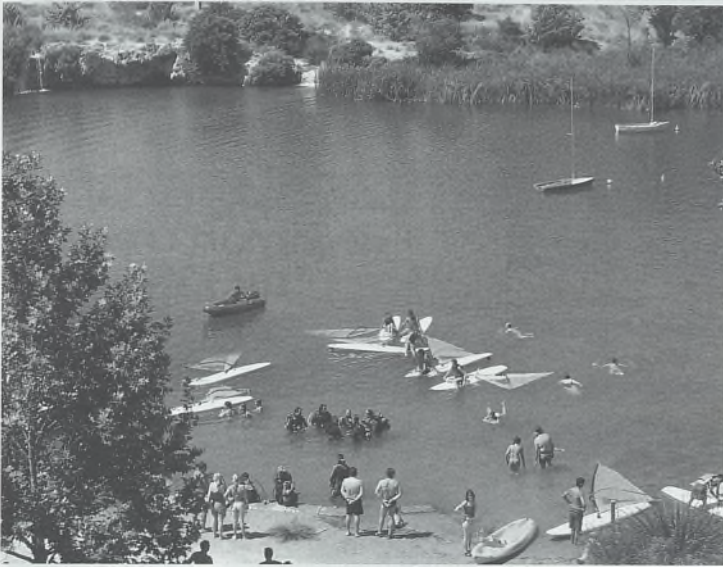


EL PLAN ESTRATÉGICO HA DISEÑADO 61 ACTUACIONES PARA GANAR COMPETITIVIDAD



A la derecha, María Luisa Araujo durante la presentación, junto al director general de Turismo y Artesanía, Fernando de Pablo, del Plan Estratégico de Turismo 2010-2014. A la izquierda, bañistas en el Parque Natural de las Lagunas de Ruidera, uno de los principales focos de turistas durante el verano. Foto: GÓMEZ HERIUIZ

El plan estratégico contempla relanzar la Ruta de Don Quijote, una ambiciosa apuesta turística que no acaba de despegar. Entre los proyectos figura la creación de un centro de interpretación

públicos aportarán 235 millones de euros. Será una inversión rentable, porque el turismo tiene un comportamiento bastante estable en momentos de crisis económica".

La nueva estrategia (entre 2006 y 2010 se ha desarrollado el primer plan estratégico del sector) ha contado con la participación de 173 personas vinculadas al sector turístico de la región y representantes de 48 asociaciones. El resultado es un plan con nueve programas y 61 acciones.

El marketing es el protagonista del primer programa, con actuaciones encaminadas a posicionar a la región como uno de los destinos predilectos de los viajeros, potenciando su imagen de marca conjunta y aumentando la presencia en los medios de comunicación y en el medio on-line, además de impulsar la Ruta de Don

Quijote (un corredor ecoturístico de más de 2.500 kilómetros que no acaba de despegar).

El segundo de los programas previstos es el de Conocimiento y Transferencia, con el que se buscará sensibilizar a la población, en general, y al sector turístico en particular de la importancia de esta actividad. Los programas de Calidad, Formación, empleo e innovación, ayudas al fortalecimiento del sector y el programa de Bienvenida (referido a la información turística) completan el eje de competitividad. Otros tres programas integran el eje de sostenibilidad: del modelo turístico, del destino y de eficacia en la gestión. La colaboración entre administraciones y la implicación no sólo de las empresas sino de la ciudadanía serán las claves para el éxito, o no, de este plan estratégico. □

40.000 EMPLEOS

Oferta dinámica

Unas 40.000 personas tienen su empleo en algunas de las actividades relacionadas directamente con el turismo en Castilla-La Mancha. Es uno de los pocos sectores que puede presumir de haber incrementado su número de afiliados a la Seguridad Social (un 1'3% en el primer semestre del año). Y es que la iniciativa privada no se ha detenido por el cambio de ciclo económico: entre 2004 y 2009 la oferta hotelera ha crecido más de un 52%. Castilla-La Mancha cuenta con 16.000 restaurantes, 90 empresas especializadas en turismo activo y 2.800 alojamientos (hoteles, casas rurales y camping) con una capacidad de cerca de 63.000 plazas. En materia de turismo rural es Albacete la que lidera este segmento, con cerca de 50.000 viajeros al año. El turismo cultural y patrimonial lo encabeza Toledo, que concentra más del 32% del total de viajes realizados a la región.

