

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA NIETO | ALCALDE DE ÁVILA

«Lo más importante es el trabajo callado de los técnicos durante la feria»

Eduardo Cantalapiedra
 ÁVILA

Ávila estará presente a partir de mañana en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (Fitur) y el alcalde, Miguel Ángel García Nieto nos desvela los planes de esta ciudad en uno de los grandes foros turísticos a nivel internacional.

¿Qué balance hace de 2011 en materia turística?

Ha sido un año extraordinariamente positivo, mucho mejor que 2010. El panorama económico está mal, pero este sector ha reaccionado de una manera positiva. Si buscamos las causas de esas buenas cifras hay que acudir, por una parte, a la falta de recursos económicos de las personas, que impidió que pudieran ir a destinos más largos y posibilitó que los destinos de fin de semana experimentaran incrementos, y por otra, a que fue un año de grandes eventos que posibilitó la llegada de personas que de otra forma no hubiera sido posible. Todo eso hizo que tuviéramos un mes de agosto absolutamente desconocido, con las Jornadas Mundiales de la Juventud y los eventos que las rodearon. También octubre fue extraordinario, pues fue el mejor en subidas a la Muralla después de 2004, con Las Edades del Hombre, quizás gracias al buen tiempo. A todo ello hay que sumar que 2011 fue un buen año de congresos y reuniones profesionales, que hizo que el resultado del Lienzo Norte fuera positivo y que de ello se beneficiara también el comercio y la hostelería.

Esto quiere decir que el trabajo que se está realizando en el exterior está dando sus frutos, pues se va notando la afluencia de turistas de países como Francia, Alemania y Estados Unidos y el crecimiento del turismo procedente de Japón.

¿Cómo será el calendario de eventos turísticos en 2012?



EL ALCALDE DE ÁVILA, EN SU DESPACHO DEL AYUNTAMIENTO. / DAVID CASTRO

2011 fue un año extraordinariamente positivo, con datos en meses como agosto y octubre absolutamente desconocidos

Entre todos sumamos para que la ciudad tenga alternativas de ocio de calidad para los visitantes

El de congresos bastante peor que en 2011, pues no tenemos cerrados en este momento el mismo nivel de eventos que el año pasado. En cuanto a los eventos que venimos haciendo, se presenta igual que otros años, en los que se fue incrementando poco a poco el número de actividades. Aquí hay que agradecer la labor de la iniciativa privada, sobre todo del Centro Comercial Abierto, que ha impulsado eventos que se van consolidando en la ciudad. Así entre todos sumamos para que la ciudad tenga alternativas de ocio de calidad para los visitantes de cara a incrementar las permocitaciones.

¿Qué supone la presencia en Fitur?

En Fitur se trabaja en dos estadios. El primero es el que se ve, que engloba la presencia institucional y en el expositor para atender a los ciudadanos, y que tiene un recorri-

do, el de cada persona que recoge un folleto y el refuerzo de la imagen positiva de una ciudad que se abre al mundo. El segundo, más importante, es el trabajo que de forma callada hacen los técnicos durante los días de la feria, sobre todo los dedicados a profesionales, que consisten en encuentros con touroperadores y agencias de viajes y en la asistencia a foros muy positivos que se realizan durante la feria, así como en la firma de convenios en los que se venía trabajando, como es el caso de este año con la Red de Juderías, que ha sondeado diferentes senderos y ahora ya se centrará en las posibilidades turísticas que ofrece una red de estas características para algunos países donde hay mucho interés por la cultura judeoespañola, como Estados Unidos o Canadá.

En 2011 se avanzó mucho en materia de turismo accesible. ¿Qué novedades habrá este año?

Se va a seguir trabajando en la misma línea y lo que se pretende es ir sumando establecimientos que estén preparados para acoger a turistas con discapacidad. Eso es lo que nos diferencia de los demás, pues un turista con discapacidad necesita planificar perfectamente su viaje y puede entrar en nuestra web o nuestra guía de recursos y encuentra el nivel de servicios que le ofrece cada establecimiento.

Acaban de presentar la nueva marca de la ciudad. ¿Qué supone y con qué objetivos se crea?

Esta marca, que se irá consolidando en el tiempo, nace dubitativamente, pues hay gente a la que le gusta y a gente que no, pero ahora hay que desarrollarla. La marca pretende aglutinar el concepto Ávila, no sólo en el plano turístico, y lo bueno que tiene es que en su desarrollo se va adaptando a las peculiaridades de cada servicio que se quiera ofrecer.

«Vamos a vender la ciudad en los principales foros»

¿Qué oferta llevarán este año a Fitur?

Primero, vamos a asistir al foro Exceltur, que se celebra cada dos años, y que reúne a los presidentes de las 26 compañías turísticas líderes en España. Allí vamos a aprender y a tener conocimiento sobre los posibles escenarios que nos esperan para preparar las organizaciones públicas y privadas bajo nuevas estrategias y modelos de gestión que nos diferencian. Hay muchas cuestiones en ese foro que nos interesan y de las que debemos tomar nota para saber hacia dónde se van posicionando los diferentes lugares de España y del mundo o qué es lo que más interesa, pues el turismo está en continuo cambio y con la irrupción de las nuevas tecnologías ha cambiado todo el concepto turístico.

Después tenemos programadas diferentes citas con las oficinas españolas de turismo que más nos interesan. Estamos viendo

que hay mercados que son los que más personas aportan a nuestras cifras y así tendremos reuniones con las oficinas de Los Ángeles, Miami, Nueva York, Roma y Viena. En el caso de las americanas porque vamos a incentivar mucho el turismo dedicado a las personas judías, mientras que en el de Roma es porque hemos estado trabajando estos años con el norte de Italia y queremos afianzar nuestra posición en la capital, trabajando posibles citas que puedan cerrarse, ya que Italia es el cuarto país emisor de turistas a nuestra ciudad. Por su parte, Viena, porque reforzará mucho el mercado alemán, ya que son germano hablantes y Alemania es el segundo país que más turistas aporta a la ciudad y conviene extenderlo a Austria, afianzando ese mercado.

También mantendremos reuniones con compañías y touroperadores españoles y ex-

tranjeros, porque al final son los que deciden en cada país incentivar más la venta de un producto o de otro y suponen una venta finalista, pues si eres capaz de convencer a un touroperador para que traiga a sus clientes a tu ciudad, estás garantizando un flujo de turistas durante mucho tiempo. Además, vamos a tener reuniones para el mantenimiento de convenios y con el principal touroperador japonés para concretar acciones en Tokio y Osaka dirigidas a la formación de sus agentes de viajes.

El jueves, firmaremos un convenio con la Red de Juderías de España, que centra su actividad turística para 2012, con una planificación estratégica y comercial de carácter plurianual, cuyo objetivo es convertir a España en un destino turístico del legado judío.

Además, las tres Ciudades Patrimonio de

la Humanidad de esta Comunidad, Ávila, Salamanca y Segovia, presentaremos junto a la Junta de Castilla y León un proyecto basado en la tecnología de 'realidad aumentada', es decir, la superposición de contenidos virtuales sobre el mundo real aplicado a 30 hitos patrimoniales.

A todo ello se sumarán encuentros ya cerrados con una empresa para ver qué es lo que se está haciendo en materia tecnológica aplicada al turismo; con una plataforma de comunicación nacional, con una organización profesional especializada en la organización de eventos, y con diferentes agencias de comunicación para contarles los avances de esta ciudad.

En definitiva, vender nuestra ciudad y seguir incentivando aquellos nichos que todavía tienen mucho recorrido, como son el turismo familiar y de accesibilidad.