

TURISMO

Cruz cambia las grandes campañas por la promoción en las redes sociales

El PSOE muestra su desacuerdo con la bondad de las cifras del consejero e IU apuesta por «vender cultura»

09.05.13 - 00:50 - FERNANDO PERALS fperals@laverdad.es | CARTAGENA.

«Hay mucho margen de mejora, por supuesto, pero lo importante es que, con los datos que estamos trabajando, el turismo regional tiene futuro», aseguró ayer el consejero de Cultura y Turismo, Pedro Alberto Cruz, en su comparecencia, a petición propia, en la Asamblea Regional. Y es que la presencia en ferias nacionales e internacionales -muchas de ellas virtuales-, los viajes de promoción de medios de comunicación y operadores alemanes y británicos y la firma de nuevos convenios con Turespaña y con las oficinas de turismo en el extranjero, centrarán la política turística regional durante este año. Cruz sigue huyendo de las grandes campañas de publicidad, «que cuestan mucho y son menos rentables que ir directamente a por el consumidor, bien a través de las redes sociales o de nuevos formatos promocionales».

Cruz indicó que «en los últimos años, el turismo ha demostrado ser una industria estratégica prioritaria dentro de la estructura económica regional. Durante el transcurso de la crisis, ha manifestado su influencia sobre el conjunto de la economía», y tiró de datos para afirmar que, «a pesar de todo, tanto a través del gasto turístico como por la creación de empleo, estamos mejor que otras comunidades». Para el titular de Turismo, el sector generó en 2012 en la Región de Murcia casi 35.000 empleos de forma directa y unos 10.500 de forma indirecta. Como resultado, en el pasado año, la afiliación a la Seguridad Social del turismo subió en la Región un 1% frente al descenso del 0,3% en el dato del conjunto de España, lo que la sitúa 1,3 puntos por encima de la media nacional.

Asimismo, expuso las estrategias que desarrolló la Consejería el pasado año, basadas en el fortalecimiento de la colaboración entre Administración y sector empresarial y la potenciación de nuevas líneas de innovación tecnológica, en las que la Región se está convirtiendo en un referente europeo. Comunicación y publicidad, comercialización e innovación y desarrollo, serán las líneas básica para este año de su departamento.

El portavoz del PSOE, Antonio Martínez Bernal, reclamó al consejero que dijera la verdad. «Usted miente, no sé de dónde saca los datos. En Murcia, en lo que va de año, la estancia media en los hoteles disminuyó más que en el resto de España y se situó en el 30% de media, mientras que los viajeros del aeropuerto de San Javier descendieron en un 17%, y la ocupación rural en la Región durante el pasado puente de mayo fue la peor de todas las comunidades autónomas.»

Guerra de cifras

Cruz arremetió contra el diputado socialista al que acusó de «que sus críticas dañan la imagen turística de Murcia fuera de la Región». Martínez Bernal fue ácido en sus comentarios con respecto a los 'family tour', a los que calificó de «llevar a los periodistas extranjeros a comer y beber a Caravaca y a Jumilla. Ha pasado usted de los grandes proyectos a la microcirugía de la familiarización».

El portavoz socialista indicó que «lo que le piden los empresarios es que pongan ya las redes para que no haya medusas este verano. Además son ellos los que sufren su política, con menos beneficios, y con los trabajadores del sector con salarios más precarios».

« LAS FRASES

ANTONIO MARTÍNEZ BERNAL
PORTAVOZ DEL PSOE

«En lo que va de año, la ocupación hotelera ha caído y se sitúa en torno al 30%»

JOSÉ ANTONIO PUJANTE
PORTAVOZ IU-VERDES

«Debería centrarse en poner en valor los recursos culturales y la riqueza natural de la Región»

FRANCISCA CABRERA
PORTAVOZ PP

«A pesar de la recesión, el gasto turístico fue mayor en Murcia que en otras comunidades»



Por su parte, José Antonio Pujante, de IU-Los Verdes, tomó como referencia el último estudio de Exceltur sobre el primer trimestre de 2013 y la Semana Santa, que ofrecen malos indicadores para el conjunto del país, y por debajo de la media nacional en el caso de la Región de Murcia. «La promoción turística regional debería apartarse de grandes campañas de promoción y centrarse en poner en valor los recursos culturales y la riqueza natural de la Región, en lugar de apostar por grandes proyectos como el parque Paramount y el aeropuerto internacional de Corvera». Pidió, además, que «hay que revertir la situación, bajando el IVA -como quiere hacer el popular Monago en Extremadura- si no perderemos siempre frente a Baleares, Canarias y Cataluña».