



PUERTA PURCHENA

LOLA
HERNÁNDEZ

Almería en Fitur

HOY comienza FITUR, la feria de turismo más grande del circuito internacional, la más completa plataforma de promoción, se ha consolidado como el formato más eficaz para establecer contactos prefijados entre profesionales internacionales y ofrecer la oferta española más representativa del sector.

Almería se olvida de la crisis y se presenta por primera vez más dividida que nunca. El Patronato de Turismo, que acude cada año bajo el paraguas de Turismo Andaluz, y dentro del stand de Andalucía, mantendrá la misma línea pero con un nuevo matiz. Roquetas de Mar, Ayuntamiento de Almería, Níjar y Mojácar, como en otras ediciones, repiten en solitario. Tendrán un espacio propio e incluso no estarán dentro del mismo pabellón.

Lo realmente preocupante no es sólo la imagen que trasladamos o el mayor gasto que esto supone, sino el hecho de que la mayoría de estas decisiones responden más bien a estrategias políticas, que a una verdadera diferencia de intereses. Las diferencias de color político de las instituciones marcan, en la mayoría de casos, el que un municipio se presente en solitario.

Pero no tiene ningún sentido. Los patronatos, en el ejercicio de su responsabilidad, van a seguir promocionando todos los municipios, incluso a aquellos que alardean de independencia. La promoción entonces se duplica inútilmente, sin contar además con que también implica dobles esfuerzos y dobles presupuestos.

Con esta lamentable imagen, la única conclusión posible que puede extraer el profesional es que existen municipios turísticos de varias categorías o incluso que no encuentren algún pueblo independiente perdido en otro pabellón de la feria internacional del turismo.

No creo que sea lo mejor para el sector, con un año que se nos avecina muy complicado. Ahora es el momento de estar más unidos que nunca, aunar filas y presentarnos juntos empresarios e instituciones bajo el mismo paraguas de un único destino Almería como marca. (La marca, según los expertos, no debe cambiar de nombre ni de signos). Una de las demandas del sector empresarial es la necesidad de aumentar la coordinación de los esfuerzos promocionales de las diferentes administraciones públicas para poder así competir con nuevos destinos y productos turísticos.

Trabajar conjuntamente para llevar a cabo distintas acciones de marketing, creando el marco ideal para generar relaciones comerciales, multiplicar los contactos, presentar las novedades, y aprovechar todas las ventajas que supone participar juntos de este gran acontecimiento ferial turístico del año.

Precisamente hace sólo una semana, la Alianza para la Excelencia Turística (Excelltur) señaló que 2008 entró en una crisis que se extenderá hasta 2010.

Sabemos que se están tomando medidas para estabilizar los mercados financieros, pero pese a que las medidas adoptadas para estabilizar los mercados financieros han empezado a restaurar la confianza, la situación sigue siendo precaria y predominan los riesgos a la baja para las previsiones.

No creo que mi humilde opinión contribuya a mejorar nuestra presencia en Fitur, pero desde mi reducido ámbito, lo intento.