

El delegado territorial de Turismo, Cultura y Deportes cuenta la expectativas de visitantes que se manejan para esta temporada de verano en la provincia de Almería y la estrategia que se quiere seguir para favorecer la desestacionalización. José Ángel Vélez, músico de profesión, apunta además a la necesidad de crear sinergias entre cultura, deporte y turismo para potenciar el destino almeriense, así como la de tener hojas de ruta para cada municipio en materia de turismo, como se está logrando gracias a los Planes de Sostenibilidad Turística en Destino.

¿Qué expectativas de visitantes tenemos esta temporada de verano en la provincia de Almería?

Estamos muy contentos y somos muy optimistas por los datos que manejamos, sobre todo en viviendas turísticas, que han crecido muchísimo en la provincia y estamos ya por encima de las 9.000, casi codeándonos con otras provincias que tienen más tradición hotelera. Estamos por encima del 77% en el litoral y creemos que los datos van a ser muy buenos, yo me atrevería a decir que van a ser históricos. Los datos de ocupación hotelera, las reservas para verano están funcionando muy bien, con reservas desde hace unos meses, a pesar de algunos ahora dicen que el adelanto electoral puede afectar, aunque no sabemos cuánto, aunque está claro que no beneficia. Pero los datos son muy positivos a día de hoy.

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de la provincia?

Hay un atractivo principal, que no podemos negar que tenemos un litoral que es único, y ese atractivo va a estar ahí siempre. La gente nos conoce mucho por el sol y playa pero lo que pasa es que, cuando vienes a Almería, te das cuenta de que Almería no es solo sol y playa, sino que tenemos muchísimas más que ofrecer. Tenemos turismo de todo tipo. Almería es una provincia en la que puedes estar en la playa, puedes hacer senderismo, puedes subir a ver nieve... Y muchas provincias no pueden presumir de tener todo eso. Nosotros tenemos muchos espacios que quedan por descubrir y que tenemos que ofrecer al visitante porque la oferta tiene que ser completa. Está muy bien tener las playas, que las tenemos y hay que preservarlas, pero tenemos también un turismo 'distinto', dependiendo por zonas puedes buscar el turismo que quieras. Puedes irte a un turismo más de hotel y playa y a otro de más relax, de playas más vírgenes, y eso no lo tiene casi nadie en Europa.

¿Y cuáles son los retos pendientes, qué tenemos que potenciar?

Retos tenemos muchos. Uno de ellos es la conectividad, necesitamos infraestructuras y conexiones. Pero también necesitamos creernos en Almería lo que tenemos y saber qué es lo que nosotros buscamos también. Lo de las conexiones es un hándicap, es verdad, pero tenemos una Mesa de la Conectividad que está funcionando y estamos contentos con los resultados que estamos teniendo. También es fundamental hacer un análisis que quizás no se haga. Estamos siempre diciendo lo que falta, pero también hay que ponerlo en un papel, plasmarlo y tener una hoja de ruta, que es fundamental. Y eso, a día de hoy, lo tenemos.

¿Qué iniciativas está llevando a cabo la Consejería para impulsar el turismo en la provincia?

Todas van de la mano, pero el mismo nombre de la Consejería, 'Turismo, Cultura y Deporte', que mucha gente no lo ve claro, es precisamente el fuerte que tenemos, porque todas están ligadas. El turismo no es nada sin la cultura y tampoco lo es sin el deporte. Cuando hacemos una inversión en un monumento o en un enclave arqueológico, eso es invertir también en turismo; no solo conservar patrimonio, que por supuesto es una competencia de la Consejería, sino poner ese patrimonio a disposición del visitante y del ciudadano. Porque el patrimonio no es nada si no somos luego capaces de enseñarlo. La mejor forma de preservarlo es conociéndolo y valorándolo. Entonces, cual-

JOSÉ ÁNGEL VÉLEZ

DELEGADO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE

«El turismo no es nada sin la cultura y tampoco lo es sin el deporte»

TEXTO: MIGUEL BLANCO / FOTO: SONIA RODRÍGUEZ

quier iniciativa de las que estamos haciendo, ya sea poner en valor la Alcazaba, que está teniendo una inversión histórica, la que nunca ha tenido, todo el entorno de la Alcazaba que está haciendo el Ayuntamiento, trabajando de la mano con otras administraciones, eso hace que podamos tener más visitantes, porque además no se conocía. Es necesario poner en valor el Castillo de Vélez Blanco, Los Millares, etcétera. Estamos trabajando en todo eso que también hace que el turismo no sea solo de sol y playa sino que tengamos una oferta mucho más atractiva.

Se acaban de aprobar tres nuevos Planes de Sostenibilidad Turística en Destino en la provincia, que ya tiene diez. ¿Qué van a suponer para el turismo de Almería?

Van a suponer muchísimo. Y no solo los tres que se han aprobado ahora, o los diez que ya se han aprobado en total, con 28 millones de euros que vienen a la provincia de Almería gracias a esos Planes de Sostenibilidad Turística en Destino y que van a poner en marcha proyectos que, sin esa financiación, sería imposible. Lo más importante es que, en la última convocatoria, desde Almería se presentaron quince proyectos, hemos sido la tercera provincia que ha presentado más proyectos, lo que quiere decir que los municipios están preocupados también y ven el turismo como una fuente de riqueza, y eso es muy importante, porque aunque no todos esos planes hayan obtenido financiación, han hecho que los municipios y las mancomunidades tengan una hoja de ruta y tengan dentro de sus prioridades el turismo, ya sea turismo activo, o turismo de naturaleza, y todo eso, plasmarlo en un documento es muy bueno, porque si no han salido ahora, lo harán en el futuro, y podrán esperar a que llegue financiación, ya sea propia o con recursos europeos. Pero lo más importante es que tienen una hoja de ruta, cuando hace cinco años nadie tenía esos planes.

La cultura y el patrimonio son grandes atractivos para el turismo. ¿Qué iniciativas en esta línea se están llevando a cabo?

En cultura, hay muchísimo por hacer, porque no se había hecho nada en demasiados años, porque hemos sido la esquina de Andalucía y se notaba muchísimo, porque no llegaban inversiones. No solo en patrimonio, que estamos con el Castillo de Vélez-Blanco, que ya te-



nemos en supervisión el proyecto de la primera fase, con una inversión de dos millones de euros; la Alcazaba, que vamos muy bien, con toda la intervención en la Muralla Sur, que era más que necesaria, o la Torre del Homenaje; el Cerro de San Cristóbal; Los Millares; hay municipios que están trabajando muy seriamente, como Vera con Bayra... Todo eso que estaba ahí, que siempre ha existido, no lo estamos descubriendo, aunque sí es verdad que sí lo estamos investigando ahora, con esos planes de investigación que hay en marcha en la provincia, en Mojácar, Vera, nosotros con Los Millares, en Antas, que está trabajando también muy bien con la cultura argárica... Todo eso, que incluso el propio almeriense desconocía, hay que enseñarlo. Esa es la inversión. Además de eso, tenemos también una parte cultural, que yo como músico no puedo obviar, con unos festivales que se van a hacer, algunos de ellos ligados al entorno y a esos enclaves patrimoniales que tenemos. Es importante que seamos capaces de conjugar todo porque, al final, el patrimonio no deja de ser un espacio que hay que mostrar, pero también que hay que utilizar, que sea de la ciudadanía, y qué mejor forma que haciendo actividades culturales para mostrarlo al público.

¿Qué atractivos tiene Almería y cómo los puede aprovechar para impulsar el turismo deportivo?

Almería es de los sitios más atractivos para el deporte, porque tenemos un clima envidiable, aquí se puede practicar deporte casi todo el año. Estamos tratando que equipos, de ciclistas y otras disciplinas, vengan a hacer sus pretemporadas aquí, porque es importantísimo. Almería se está colocando en la élite del ciclismo, que es de lo que tenemos más pruebas internacionales. Iniciamos el año ciclista aquí, en enero, con la Woman, y hemos tenido la Clásica, la Titan Desert, la Indomable, el Campeonato del Mundo de Gravel y también Andalucía Urban, una competición quizás menos conocida por la gente pero con un impacto internacional muy importante. Todo eso, al final, está ligado al turismo, porque no es solo el que venga en ese momento, sino la difusión que tienes gracias al deporte, a esas misiones que tenemos en Eurosport, por ejemplo, que hacen que Almería se conozca también. Pocos destinos hay en Europa con una red de carreteras como la que tenemos aquí gracias a la Diputación, que todos los equi-

pos ciclistas que vienen a entrenar se van encantados, y tenemos instalaciones cada vez de más calidad que permiten que puedan hacer sus entrenamientos. Sobra decir que tenemos un litoral magnífico, y ese es otro tipo de deporte que quizás nos queda por llegar también, los deportes náuticos.

Más allá de la temporada de verano, ¿qué expectativas hay en cifras de turismo para este año?

Yo estoy convencido de Almería va a tener cada vez más visitantes. Estamos trabajando en tener actividades de calado también en noviembre, porque la intención es siempre la de tratar de estirar un poco la temporada, que no sea solo la estival. Ese es uno de nuestros grandes hándicaps y, sobre todo, de nuestros grandes retos, ser capaces de que la temporada no sea solo julio y agosto, porque no necesitamos más visitantes en esos meses, lo que necesitamos es que venga la gente más repartida y ser capaces de tenerla en septiembre, octubre y me atrevería a decir que noviembre. Estamos trabajando en congresos que van a traer mucha gente también, como un congreso de agencias de viaje, que nos va a permitir tener más gente durante más meses. O lo de Andalucía Urban. Lo que tratamos es de buscar los huecos en los que necesitamos que venga gente que llene nuestros hoteles y nuestros establecimientos hosteleros. Estoy convencido de que va a ser un buen año para Andalucía y para Almería, porque estamos en una comunidad que está trabajando muy bien y nosotros no somos ajenos a ese avance.

¿Qué otras medidas hay para fomentar la desestacionalización?

Lo que hay que hacer también es saber dónde hacer esas campañas de promoción, tocar los mercados que puedan venir en esos meses. Está claro que en el turismo nacional, tenemos las vacaciones cuando las tenemos, no podemos pedir que un señor de Bilbao se venga quince días en noviembre. Tenemos que trabajarlo en otro tipo de turismo. Y esa es la línea que estamos siguiendo ahora mismo.

Turismo, cultura y deporte: ¿en qué destaca más la provincia?

Almería destaca por muchísimas cosas y casi diría que por todo, porque somos únicos. Tenemos un patrimonio único, con Los Millares, que es algo único, que la gente tiene que conocerlo, y ahora estamos trabajando en ese plan general de investigación con la Universidad de Granada, que empezamos en septiembre. Tenemos un clima envidiable, que lo sabe todo el mundo, pero creo que es importante remarcarlo. Y tenemos lo mejor, una gente maravillosa que cuando viene un visitante lo acoge muy bien. Y eso es importante, ese valor humano. En lo que tenemos que trabajar también como reto, además de en las infraestructuras y las conexiones, es en profesionalizar mucho el sector. Necesitamos profesionales que se dediquen al sector del turismo. En deportes van surgiendo empresas e iniciativas. Necesitamos ser una piña y remar todos en el mismo sentido, porque tanto el turismo, como el deporte y la cultura tienen que ir con el mismo objetivo, que es lo que está ocurriendo ahora en Almería. Así que Almería tiene absolutamente todo, por eso la gente se viene aquí a vivir, y somos una ciudad que crece en población. Y la provincia en general.

Esperamos entonces que se cumplan las buenas expectativas de visitantes este año...

Seguro que sí, aunque, de todas formas, todo esto está condicionado muchas veces al clima internacional que haya. Sabemos que todos los sucesos que ocurren en muchos sitios afectan y de las primeras cosas a las que afecta siempre es al turismo y los desplazamientos. Pero somos muy optimistas.

El contenido íntegro de esta entrevista podrá verse en vídeo a partir del 15 de julio en www.almeriainformacion.com