Junta y patronatos de Turismo invertirán 3,8 millones en reforzar la promoción digital

PILAR MARTÍNEZ
pmartinez@diariosur.es

El consejero de Turismo, en el centro, junto a los presidentes de los patronatos provinciales. :: SUR

Cada provincia contará con unos 480.000 euros para realizar acciones especiales, viajes de familiarización y asistencia a ferias

MÁLAGA. La necesidad de avanzar en la digitalización, el reto de crecer de forma sostenible y de hacer del turismo una industria que los vecinos de cualquier ciudad o municipio vean como una aliada que genera riqueza y empleo conforman las bases del acuerdo sellado ayer, en la sede de Turismo Andaluz, con la asistencia de los presidentes de los patronatos de las distintas provincias andaluzas y del consejero de Turismo, Francisco Javier Fernández. Un convenio que marca una nueva etapa en una promoción conjunta y que supondrá una inversión de 3,8 millones de euros para este ejercicio, de los que 2,5 millones los aporta la Junta, de forma que, con un reparto equitativo, cada provincia dispondrá de unos 480.000 euros para estas acciones promocionales. Concretamente, esta partida incluye la participación conjunta en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) de Madrid, cuya inversión asume íntegramente la Consejería; las actuaciones especiales, que diseña cada patronato en función de las necesidades de su provincia; y, por último, las acciones inversas para dar a conocer 'in situ' la oferta.

«Este nuevo plan de acción es el primero que incorpora las orientaciones del Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, con el que Andalucía aspira a alcanzar los 30 millones de visitantes durante su vigencia y a consolidar el sector como motor de creación de riqueza y empleo. Este documento marca el papel clave de la tecnología y tiene como principales clientes a las pymes», explicó el consejero.

En cinco continentes

Cabe recordar que el Plan de Acción de 2017 incluye en total 550 actuaciones en medio centenar de mercados de cinco continentes dirigidas a veinte segmentos, con especial atención al marketing digital. «También incorpora más de treinta acciones para dispositivos móviles, la transformación del portal www.andalucia.org en una plataforma de servicios y de la comunidad en un Destino Inteligente, y la creación de un departamento de diseño de nuevos productos turísticos», precisaron.

Fernández destacó el hecho de que en esta estrategia se vaya todos a una. De hecho, ayer cada uno de los presidentes de los patronatos de turismo de cada una de las provincias andaluzas firmaron, junto al consejero de Turismo de la Junta, Francisco Javier Fernández, este acuerdo. Fernández recalcó: «este acto es una muestra de la complicidad y la colaboración de todas las administraciones y la capacidad de las administraciones de llegar a acuerdos. Es un convenio que se basa en la concepción de Andalucía como destino único y complementario, que innova y avanza en sostenibilidad», declaró el consejero.

En el caso de la provincia malagueña, el presidente de Turismo Costa del Sol, Elías Bendodo, explicó que además de Fitur, para las acciones especiales programadas la aportación total conjunta ascenderá a 300.000 euros, asumiendo Turismo Costa del Sol 125.000 y Turismo y Deporte de Andalucía 175.000 euros. Para acciones inversas, el montante total será de 90.000 euros, a partes iguales.

Bendodo insistió en el peso que tiene el destino malagueño en la industria turística andaluza. «Con 5.247.562 viajeros hoteleros, la Costa del Sol acoge el 29,4% del total de Andalucía: el 39,6% del total de los viajeros extranjeros alojados en hoteles de toda Andalucía y el 20,8% del total de los nacionales. En pernoctaciones hoteleras, la provincia de Málaga acumula el 39% del total de estancias de Andalucía», dijo.