LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA

José Luis Aguilar Gallart
Vicepresidente del Patronato Provincial de Turismo de Almería

Afortunadamente, hoy ya no hay que explicar donde está Almería. El nombre de mi provincia, de mi tierra, la tierra de todos ustedes, no sólo es ya conocido, sino que también todos saben que ocupa un lugar privilegiado en el Mediterráneo español.

Costa de Almería está situada en el extremo suroriental de la Península Ibérica, donde el sol luce con toda su luminosidad, la Provincia de Almería destaca como una tierra de matices y contrastes, de gran originalidad y diversidad en sus paisajes.

En sus pueblos, calles, viviendas y monumentos se reflejan la vida y el carácter alegre, cercano y hospitalario de sus buenas gentes, sus modos de vida y tradiciones, el paso de culturas a lo largo de los siglos y sus legados.

Almería, vieja, hospitalaria y ejemplo de mestizaje, ha sido enclave y hábitat de pueblos desde la Prehistoria.

Quedan huellas de la Edad del Cobre en Los Millares y El Ejido.

De la Edad del Bronce en El Argar.

Nos colonizaron los Fenicios, los Romanos y los Musulmanes durante ocho siglos.

Más recientemente, el Siglo XVIII, nos legó la impronta barroca en bellos monumentos.

Los Siglos XIX y XX también nos han dejado, afortunadamente, la huella del desarrollo agrícola e industrial.

Analizar el presente de la industria turística en la provincia de Almería hace necesario, sin lugar a dudas, la referencia a su origen, que en nuestro caso puede fijarse alrededor de los años sesenta. Sin embargo debe puntualizarse que el "boom" turístico que en estos momentos se produce en España y sobre todo en el Mediterráneo, parece olvidar nuestra Provincia y su impacto se hace casi imperceptible.

Los lamentos de aquellos años se convirtieron con el paso del tiempo en agradecimiento a una casualidad que hoy nos es favorable, porque afortunadamente evitaron daños irreparables a nivel medioambiental y urbanístico que, para los entonces afortunados, han constituido importantes barreras en el desarrollo de un turismo de calidad, un turismo armónico y sostenible del que Almería ha podido ser protagonista. Las cifras pueden ser un dato aclaratorio de lo que el fenómeno turístico supuso en nuestra provincia en los inicios de 1.967: 1.000 turistas, 1.973: 16.000, 1.979: 36.000, 1.980: 47.000, siendo significativo el año 1.986: 121.400, que duplica al año anterior 1.985 con 67.800 turistas.

En lo eminentemente turístico Almería ha sabido desarrollar su potencialidad de manera que

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALLART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

junto a la oferta tradicional de sol y playa ha conseguido combinar su variada oferta para que el visitante pueda incluso satisfacer sus necesidades mediante lo que llamamos turismo a la carta.

Desayunar a la orilla del mar, tomar el baño en el Mediterráneo o en las excelentes piscinas de los hoteles, puede ser el comienzo de una jornada que culmine en cualquier fiesta popular de un pueblo serrano, o, si la visita es en invierno, esquiando en unas de las pistas de esquí nórdico de las que contamos.

En Almería cabe la posibilidad de practicar desde el llamado turismo familiar hasta el de aventura, del deportivo al cultural, o mucho mejor, combinar todos ellos y disfrutar, en definitiva, de unas vacaciones inigualables e inolvidables.

En todos los municipios costeros –existen doce- contamos con playas en las que ondean banderas azules como símbolo de calidad. Almería es la provincia española que recibe más galardones de este tipo por el organismo europeo encargado cada año de su concesión.

Los complejos hoteleros, distribuidos en la zona costera y también en el interior, conforman una oferta variada. Atendidos por auténticos profesionales con alta cualificación –Almería no solo cuenta con dos escuelas de Hostelería de larga historia, sino que en su Universidad se cursan estudios superiores de Turismo-, conectan asimismo con una oferta complementaria de multitud de servicios. Hoteles con grandes zonas recreativas, servicios propios en playa, instalaciones deportivas al aire libre: golf, piscina, tenis... y en interior, guarderías, salones de reunión, de juegos, lectura, videos, televisión vía satélite, bares, discotecas, pubs, tiendas y todo lo deseable en vacaciones, que posibilitan la estancia a la medida de cada cual.

El mismo contraste que ofrece la provincia lo recogen las instalaciones turísticas con las que cuenta: diversión y tranquilidad, ajetreo y sosiego, todo es posible.

Tres parques naturales, uno nacional, ocho puertos deportivos, refugios marítimos, cuatro parajes naturales, una reserva natural, veinticinco áreas recreativas en la naturaleza, un buen número de poblados mineros, bellísimos pueblos de interior, casi un centenar de hoteles, trece camping, casas rurales, apartamentos turísticos, etc, son sólo una parte de la oferta que Almería dirige cada año al conjunto de la geografía nacional y a las personas que han decidido pasar sus vacaciones en España para veranear o aprovechar, en el futuro, algunos días libres .

El turista que nos visita y recorre los kilómetros que le separan de Almería, lo hace buscando, en primer lugar, tranquilidad y comodidad. Ambas cosas son fáciles de encontrar en esta Provincia, donde se ha conservado el paisaje mediterráneo y donde el medio rural conserva asimismo todo su atractivo. Todo ello ha sido además posible gracias a que la empresas turísticas que se han desarrollado para configurar la oferta "Costa de Almería" han apostado por un turismo diferente, huyendo de la masificación y de los problemas, avanzando pero conservando a la vez, por lo que ahora nos sentimos orgullosos de poder seguir creando nuevos mercados y ofreciendo cosas que son únicas en el mercado turístico europeo.

En Almería existen playas todavía vírgenes, grandes extensiones sin mas construcciones que las que se han mantenido a lo largo del tiempo, sin colmenas humanas y sin cemento en exceso. Y lo nuevo que se ha creado responde a los gustos actuales, estamos muy orgullosos de los establecimientos turísticos que, si bien ocupan volumen, han respetado los espacios suficientes para que todos podamos disfrutar de ellos, y se han esmerado en sus dotaciones, con un reflejo en la calidad/precio muy por encima de otras ofertas de nuestro entorno. También han hecho un gran esfuerzo de profesionalización, aprovechando, eso si, la facilidad formativa a nivel de F.P. y Universitario.

La sustancial mejora de nuestras comunicaciones ha hecho posible incrementar de forma espectacular el número de excursiones posibles en trayectos de no mas de una hora.

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

También en ese espacio de una hora de duración puede una persona estar en la playa, visitar los parajes que han servido como escenario a multitud de películas, vivir una aventura en el subsuelo, contemplar el nacimiento de un río, atravesar un bosque de pinares y encinas y, además dormir en un hotel de cuatro estrellas.

El producto turístico "COSTA DE ALMERÍA", es por lo tanto relativamente nuevo, que ha generado una industria creciente y significativa para la provincia de Almería, que convive y compatibiliza su desarrollo con otras industrias prosperas como son el mármol y la agricultura.

El producto hotel en sus diferentes modalidades y categorías, trabaja con touroperadores internacionales que van desde el mercado británico al alemán, belga, holandés, irlandés, finlandés, noruego, portugués, polaco, a través de mayoristas españoles y agencias de viajes.

El hecho de trabajar con touroperadores internacionales obliga en gran medida a los establecimientos a hacer una apuesta importante por la calidad y la necesidad de una superación progresiva en su oferta.

El producto camping ha experimentado también un desarrollo significativo en los últimos años, produciéndose un aumento no solo cuantitativo sino también un incremento cualitativo, que les permite realizar un completo abanico con sus oferta de instalaciones y servicios.

Fenómeno similar se produce con el turismo de interior, un producto joven que favorece el despertar de las zonas adormecidas, y que con mucha probabilidad constituye una forma esperanzadora de futuro para nuestros pueblos del interior, especial mención merecen las zonas de La Alpujarra, Los Vélez y Los Filabres, que constituyen un buen ejemplo de esfuerzo, ilusión y revitalización de su territorio.

Como en todos los destinos turísticos, en Costa de Almería, ofrecemos un producto turístico público, que contempla el conjunto de las actuaciones e inversiones realizadas por las diferentes administraciones publicas, y que de una parte muestran la oferta a través de infraestructuras, servicios y equipamientos y de otra la calidad de vida de los ciudadanos nativos. Dichas actuaciones han sido imprescindibles para el correcto desarrollo de la actividad turística de Costa de Almería, ya que forma parte de lo cotidiano para el consumidor y su deficiencia tiene una gran repercusión negativa que puede arruinar un destino turístico.

Las administraciones, además, han desempeñado un papel primordial, creando un marco atractivo para el desarrollo de actividades empresariales que permitan la creación de renta, ahorro e inversión a través de medidas fiscales o financieras, permitiendo a la empresa acometer nuevas actividades.

Por otro lado, "Costa de Almería" ofrece también un producto turístico privado, originado a partir de las demandas existentes en la Provincia, y cuya oferta se compone de:

-Turismo cultural

-Turismo Deportivo y de Naturaleza:

Golf, Náutica, turismo rural, turismo activo y de aventura, turismo de salud y turismo de nieve.

-Turismo de Negocios.

-Turismo de sol y playa.

-Otros productos, como Paradores, Cruceros, parques temáticos, etc.

La iniciativa privada ha sido esencial para el desarrollo del turismo Provincial impulsando los nuevos productos turísticos.

Para que nuestro turismo haya alcanzado un alto grado de desarrollo ha sido necesario un consenso entre la iniciativa privada y las distintas administraciones a través de sus políticas de fomento.

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

De lo expuesto se deduce que el producto "Costa de Almería" es un producto nuevo, que se ha desarrollado lentamente en el tiempo y que en consecuencia, y afortunadamente, da como resultado una oferta NO MASIFICADA, lo que en cierto modo nos garantiza muy buenas expectativas de futuro.

Considero especialmente interesante detenerme y analizar el origen de nuestra marca "COSTA DE ALMERÍA". La provincia de Almería se encontraba incluida entre las marcas Costa del Sol, Costa Cálida o Costa Blanca, pero nos dejaba fuera como territorio, así pues, es en el año 1988 cuando se hace una fuerte apuesta desde el Patronato Provincial de Turismo, junto con todo el sector turístico, administraciones y agentes sociales por este nombre "Costa de Almería": atendiendo el mismo a un nombre de producto muy diferente al resto del Mediterráneo y, a su vez, se pensó que para su pronta implantación también sería bueno definir el lugar geográfico.

Cuando se decide adoptar la marca "Costa de Almería", se hace necesario trabajar en dos frentes:

-Crear conciencia de la marca en la propia provincia, tanto para sol y playa como para interior.

-Vender la marca "Costa de Almería" fuera de nuestra provincia de manera inmediata.

HOY EN DÍA ES UNA MARCA DEFINIDA Y CONSOLIDADA.

Así, nos encontramos con un producto que se desarrolló a finales de los años 70 y principios de los 80, con enclaves turísticos salpicados a lo largo de sus más de 200 km. de litoral, donde el turista puede encontrar todo tipo de oportunidades de recreo y diversión. Todo en un marco medioambiental armonioso, donde permanecen numerosas playas vírgenes solitarias..... y es en este contexto cuando se desarrolla desde el Patronato de Turismo un plan estratégico de marketing que, tras los necesarios estudios de mercado y demanda, pudiera definir con fundamento real los siguientes puntos:

1. Valorización realista de las potencialidades y limitaciones de la zona y el mercado.
2. Una delimitación clara del tipo de oferta turística a realizar que resalte los valores turísticos de Almería diferenciándola de destinos competidores.
3. Identificación de los segmentos del mercado demandantes de los servicios específicos que podríamos ofertar, para dirigir básicamente a ellos la actividad promocional.
4. Elección de los medios de comunicación y distribución más eficientes para llegar a esta demanda.
5. Elaboración de los programas de acción.
6. Cuantificación de los objetivos perseguidos a medio plazo e implantación de los controles que evalúen su grado de consecución.

Los seis puntos señalados se realizan conjuntamente entre administración y el resto de agentes implicados en el sector turístico, inspirándose en dos ideas fundamentales:

-UN TURISMO SOSTENIBLE

-UN TURISMO DE CALIDAD, ENTENDIÉNDOSE COMO TAL AQUEL QUE DEMANDA MÁS SERVICIOS Y, POR TANTO, GENERA MÁS PUESTOS DE TRABAJO.

En cuanto a la demanda de Costa de Almería, cómo antes señalaba, desde el año 1976 tiene un comportamiento similar al resto de España, es variable desde los factores tiempo y demanda, pues con el paso del tiempo el demandante es cada vez más exigente y variable respecto al factor demanda porque los turistas son diferentes según su nacionalidad, situación económica, intereses, etc.

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

En mercados emergentes, cuando nos desplazamos para realizar tareas de promoción, a menudo se nos pregunta dónde se encuentra "Costa de Almería" en España, y para situar nuestro destino turístico indicamos que se encuentra en el Mediterráneo, después de Barcelona.

Tras esta visión genérica de nuestro destino, "Costa de Almería", hemos podido comprobar que han sido tres estudios, los realmente serios que han definido las pautas a seguir en nuestra provincia.

Así, si nos detenemos en cada uno de ellos de forma breve podemos comprobar la dinamización y cambios producidos en esta tierra como destino turístico.

-Primer estudio, año 1976
-Plan de Marketing, año 1990
-Observatorio turístico, año 1998.

Almería pues, es una provincia en continuo desarrollo en la que una serie de circunstancias, y sobre todo el trabajo de sus gentes, han hecho que ocupe un lugar de vanguardia entre las provincias españolas y se convierta en locomotora de la economía andaluza. Si el sector agrícola destaca por ser el más avanzado de Europa en horticultura, el turístico ha alcanzado un alto nivel y se ha convertido en el único del estado que no sólo ha conseguido mantener sus mercados tradicionales, sino que ha conseguido captar otros nuevos, distribuyéndolos a lo largo del año de forma que, en estos momentos, se puede decir que la estacionalidad está totalmente rota. Almería, según los últimos datos publicados por la Junta de Andalucía y nuestro observatorio turístico, es la provincia que mayor índice de ocupación hotelera en la Península obtuvo durante el pasado mes de enero, un mes que en absoluto tiene en su haber el calificativo de turístico.

Por otra parte, los datos del propio Patronato Provincial de Turismo de Almería, organismo en el que participa tanto la administración local –Diputación y Ayuntamientos de la Provincia- como iniciativa privada – empresas, entidades financieras y agentes sociales- indican la existencia de un incremento de visitantes desde el inicio de cada temporada.

La pujanza del sector turístico de Almería ha sido posible por varios factores. De un lado la bonanza de un clima que posibilita el nacimiento y desarrollo continuo de unos productos agrícolas que se comercializan en toda Europa y Estados Unidos, con un mínimo de tres cosechas anuales por explotación y una gran variedad de productos. De otro el contar con unas instalaciones hoteleras modernas y punteras, en continua renovación, con los servicios más avanzados en materia turística y un altísimo confort que alcanza un alto nivel de satisfacción en los clientes, que en más de un 70% no solo repiten, sino que también aconsejan Costa de Almería a sus amigos.

También se ha operado un gran avance en materia de infraestructuras. Modernas autovías, aeropuerto recién ampliado, carreteras secundarias totalmente remozadas, una serie de puertos deportivos distribuidos estratégicamente a lo largo de sus más de 200 kilómetros de litoral, numerosas líneas de autobuses de viajeros y una importante reducción de tiempos en el ferrocarril de medio y largo recorrido, así como su reconocimiento como frontera europea, han hecho posible facilitar al viajero su llegada y hacer mucho más cómoda su movilidad por la provincia.

Ha habido otros avances importantes. Algunos de ellos los han podido disfrutar ya, junto a los almerienses, los miles de visitantes que a lo largo de los últimos años eligieron acertadamente Almería como punto de destino en sus vacaciones y descanso. Almería fue la única provincia turística española que no hubo de soportar restricciones de agua durante los meses de intensa sequía. La recarga natural de sus acuíferos, la existencia de dos pantanos que alcanzaron volúmenes superiores a la media nacional en reservas, la aplicación de nuevas tecnologías favorecedoras del ahorro de agua

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

sin menoscabo de las producciones que dependen de ella, hicieron posible su consumo, sin problemas, por una población que, en los meses de verano, duplica a la habitual.

La puesta en funcionamiento, en el levante de la Provincia, hace tan solo unas semanas de una planta de desalación por ósmosis inversa, ha conseguido mejorar la calidad del agua de abastecimiento público.

La provincia de Almería es, además, la primera del Mediterráneo en contar con una red integral de depuradoras de forma que ha dejado prácticamente de verter sus aguas residuales al mar. Actualmente la zona del Levante, desde el límite con Murcia hasta la Capital, desarrolla ya esta labor, y este mismo año estarán terminadas el resto de las instalaciones.

Del mismo modo se han sellado más de cien vertederos incontrolados, implantando dos grandes Plantas de tratamiento y selección de residuos sólidos urbanos.

Cada vez somos más conscientes al considerar que la calidad de la oferta turística de un territorio, y por tanto también la de la provincia de Almería, depende sobre todo, de las condiciones de los elementos ambientales que lo integran; de ahí que tanto los espacios naturales como los verdes, considerados como bienes económicos con valores de mercado, hemos de garantizarles desde las administraciones públicas y desde los propios usuarios, no solo su explotación y aprovechamiento, sino también su estabilidad y su capacidad de autorreproducción, esto es, equilibrio sensato entre el desarrollo de los espacios y el respeto al medio ambiente.

El turismo, en cualquier espacio del globo, comporta una ocupación del espacio, un consumo de recursos naturales y un flujo de residuos. En resumen, el turismo es una actividad que impacta el medio natural; es por ello que cuando esta actividad supera el umbral de absorción de impactos que tiene un medio, se produce un proceso de degradación ambiental, cuya consecuencia más inmediata es la pérdida en ese espacio de su valor como elemento de oferta. En consecuencia, hoy no se puede concebir un desarrollo turístico si este no está garantizado, es decir, si no es sostenible.

Garantizar, pues, las condiciones ambientales del equilibrio natural y capacidad de autoproducción de "Costa de Almería", como destino turístico (litoral e interior) es avalar el desarrollo económico y social de nuestra provincia.

El boom turístico de los años sesenta e incluso en los ochenta, como antes puntualicé, que en otras zonas de la geografía española actuó a impulsos de la anarquía especuladora e irracional consumiendo espacios y densificándolos sin solución de freno y cuyos ejemplos todos más o menos conocemos, por fortuna en nuestra provincia solo actuó de forma tangencial, consumándose en menor medida.

En la actualidad, los espacios naturales y verdes, se nos presentan como áreas de atracción turística, bien porque la sociedad demanda aquellos bienes que el desarrollo urbano les ha privado o por cualquier otra razón.

De cualquier forma, el medio natural se nos oferta hoy como un espacio recreativo o de ocio en si mismo en razón de las necesidades humanas urbanas, ya sean físicas o psíquicas.

En nuestro destino turístico "Costa de Almería" contamos con el Parque Natural de Sierra María-Los Vélez-Chirivel, Parque Nacional de Sierra Nevada y Cabo de Gata-Nijar, recientemente nominado Reserva Natural de la Biosfera. El interior de nuestra provincia, lleno de contrastes bellos y diferenciados, no solo es rico, como hemos visto, en espacios naturales y verdes, sino que cuenta además con una espléndida riqueza monumental y paisajística que debe animarnos a conocerla primero nosotros y promocionarla después fuera de nuestra provincia. Diez rutas hemos diseñado desde el Patronato Provincial de Turismo en un espléndido y útil folleto que nos puede ilustrar.

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes

Dicho esto, y termino, he intentado a lo largo de unos minutos, llevar hasta ustedes la realidad de una Provincia y mis vivencias dentro de este mundo del Turismo.

No sé si les habré convencido hasta el punto de que elijan ustedes "COSTA DE ALMERÍA" para su descanso, pero esa ha sido mi intención. Disculpen si a lo largo de esta charla he sido pesado al transmitirles lo que pienso y lo que quiero a mi tierra y a mis gentes.

ACTAS XXXV (AEPE). José Luis AGUILAR GALIART. LA OFERTA TURÍSTICA DE COSTA DE ALMERÍA
Centro Virtual Cervantes