

CONTROL DE LA ACCIÓN DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN

PREGUNTA PARA RESPUESTA ESCRITA POR EL CONSEJO DE GOBIERNO

10-16/PE-129602, respuesta a la Pregunta escrita relativa a la promoción turística en el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar

Formulada por las Ilmas. Sras. Dña. Patricia Navarro Pérez y Dña. María del Carmen Crespo Díaz, del G.P. Popular Andaluz

Pregunta publicada en el BOPA núm. 222, de 6 de mayo de 2016

Contestada por el Consejero de Turismo y Deporte

Orden de publicación de 25 de mayo de 2016

La Consejería de Turismo y Deporte realiza un gran esfuerzo promocional del destino Andalucía en general, y como no puede ser de otra manera, de las ocho provincias andaluzas en particular. Dentro de estas acciones promocionales enfocadas sobre provincias concretas, la provincia de Almería aparece como un destino clave en el año 2016.

A continuación se indican las acciones en las cuales la provincia almeriense va a ser promocionada durante este año 2016, diferenciando dos grandes bloques de actuaciones:

1. ACCIONES EN LAS QUE SE PROMOCIONA EL DESTINO ANDALUCÍA EN GENERAL. ACCIONES MULTI-SEGMENTO

En cuanto a la promoción del destino único Andalucía, se hace referencia tanto a la enorme variedad de recursos y productos turísticos, como a la gran diversidad territorial. En la riqueza territorial de Andalucía está el elemento clave, auténtico y diferenciador que hace de nuestra Comunidad un destino único dentro del panorama internacional. Como no puede ser menos, Almería está siendo promocionada a través de todas las herramientas promocionales puestas en marcha por esta Consejería.

Estas acciones promocionales genéricas de Andalucía se distribuyen entre los siguientes tipos de acciones: Ferias, Misiones Comerciales, Acciones al Consumidor, Congresos, Acuerdos con, www.andalucia.org, Patrocinios, Turismo Andaluz Informa, Eventos, Publicaciones, Andalucía Lab y Oficinas de Turismo.

2. CONVENIO DE COLABORACIÓN CON EL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE ALMERÍA

2.1 Campaña de publicidad: nueva imagen corporativa y planes medios

Nueva imagen corporativa: creación de una identidad e imagen gráfica del destino y su posterior incorporación a las campañas. Para ello será necesario la producción de materiales escritos, audiovisuales y gráficos necesarios para la correcta ejecución de las acciones planteadas, además de la inclusión de la nueva identidad, imagen y *claim* propio del proyecto.

2.2 Acuerdos con intermediarios

Acuerdos con intermediarios turísticos, como eventos/torneos, congresos, otras acciones, *marketing* digital, acciones formativas: Andalucía Lab.

2.3 Eventos y torneos

Celebración del torneo de golf "Andalucía en Verano". Dicho torneo se va a celebrar en el campo de golf Valle del Este.

En este torneo se reúnen importantes intermediarios turísticos nacionales con los comerciales de los campos de golf de Andalucía.

Periodo de ejecución: del 5 al 6 de junio.

2.4 Congresos

Celebración de la asamblea nacional anual de uno de los principales grupos de gestión de agencias de viajes, como es el caso de AVASA o UNAV (Unión Empresarial Agencias de Viajes).

Todas estas opciones serán visualizables y seleccionables también desde un mapa.



2.5 Visitas

Se organizarán visitas a embalses de otras provincias donde se podrán practicar deportes.

PROVINCIA		EMBALSES				OBSERVACIONES
		NOMBRE	REMO	MOTOR ELÉCTRICO	MOTOR EXPLOSIÓN	
1	CÁDIZ	ALMODÓVAR	SÍ	SÍ		
2		ARCOS	SÍ	SÍ	SÍ	50 CV.
3		BARBATE	SÍ	SÍ	SÍ	50 CV.
4		BORNOS	SÍ	SÍ	SÍ	50 CV.
5		ZAHARA GASTOR	NO	NO		Navegación

PROVINCIA	EMBALSES				OBSERVACIONES
	NOMBRE	REMO	MOTOR ELÉCTRICO	MOTOR EXPLOSIÓN	
6	MÁLAGA	CONCEPCIÓN	SÍ	SÍ	Navegación
7		CONDE	NO	NO	
8		GUADALHORCE	NO	NO	
9		GUADALTEBA	NO	NO	

Se detallan los eventos y subvenciones recibidos para las mismas durante el año 2015:

Almería	23.....	1.886.621,6 €
Cádiz	35.....	2.287.471,94 €
Córdoba	42.....	3.293.966 €
Granada	30.....	1.756.602,10 €

Las acciones promocionales incluidas en este Plan, son las siguientes:

1. Campaña de Publicidad: nueva imagen corporativa y plan de medios.

Refuerzo de la presencia del destino Levante Almeriense en la ejecución de las campañas publicitarias de Andalucía.

2. Acuerdos con intermediarios turísticos.

Mejora del posicionamiento del destino Levante Almeriense entre los principales intermediarios turísticos con la finalidad de promocionar y comercializar el destino.

3. Congresos.

Celebración de un congreso nacional anual en el que participarán los grupos que gestionan las agencias de viajes.

4. Acciones Inversas.

4.1 Famtrip de agentes de viajes portugueses.

Se va a realizar un *famtrip* conjunto con el turoperador portugués Viagens Abreu.

4.2 Famtrip de agentes de viajes españoles.

Viaje de familiarización de intermediarios turísticos procedentes de los principales mercados emisores nacionales.

5. Marketing digital.

Creación de una sección específica en la Web www.andalucia.org con información detallada de la oferta turística del Levante Almeriense, así como su agenda de ocio y actividades.

Sevilla, 18 de mayo de 2016.

El Consejero de Turismo y Deporte,
Francisco Javier Fernández Hernández.

Se adjuntan dos anexos: el primero en relación al personal sanitario durante la celebración de los eventos y el segundo referido a la producción de programas audiovisuales.

ANEXO I
COBERTURA SANITARIA DURANTE ESTOS EVENTOS

Localidad	Personal sanitario facultativo	Personal sanitario no facultativo	Personal no sanitario
Níjar	6	7	5
Mojácar	1	1	1
Berja	8	7	2
Huércal-Overa	8	7	2
Vélez-Blanco	-	-	3
Total	23	22	13

ANEXO II

PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS

Tras el éxito de los informativos locales, las direcciones territoriales asumieron nuevas responsabilidades en la realización de programas para la cadena. Todas las direcciones producen o han producido programas de radio para la cadena, y muchas de ellas lo hacen para televisión, especialmente ALMERÍA, que desde sus inicios fue concebida como un centro de producción, y donde en la actualidad reside una unidad de producción, Canal Sur Media, y se realizan programas como el magacín de la mañana¹ o el magacín de sociedad de la tarde, además de tres canales web. También, en menor medida, otros centros, como GRANADA y MÁLAGA, realizan programas de televisión para la cadena, como es el caso de *Conciencia*.

¹ Producción suspendida temporalmente.