

TRIBUNA

Granada Convention Bureau, sí

21.11.2009 - JULIO GONZÁLVEZ

¡Por fin! Ya parece una realidad la fumata blanca para la reconstrucción en nuestra ciudad del Granada Convention Bureau. Digo reconstrucción porque el Ayuntamiento de Granada la creó en el ya lejano 1986, cuando se estaban dando los primeros pasos para la construcción del Palacio de Congresos. Al estar impulsado principalmente por la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento, a través del Plan de Turismo, preténdase que sea un encuentro de voluntades y esfuerzos de las administraciones involucradas en el turismo de congresos más otras instituciones públicas, agentes privados y empresas de servicios. La Universidad de Granada es un pilar fundamental y un apoyo indescriptible en la vida congresual ya que ofrece comités organizativos y científicos para presentaciones de candidaturas, lo que aporta gran cantidad de eventos hacia nuestras instalaciones para reuniones de negocio, principalmente del sector sanitario y farmacéutico, así como el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, los hospitales y empresas comerciales en general.

Granada Convention Bureau tiene como principal objetivo la difusión y promoción de Granada como destino turístico de congresos, convenciones e incentivos, labor que han venido realizando con gran acierto el 'staff' del Palacio de Congresos y el Patronato Provincial de Turismo, dependiente de la Diputación de Granada.

Que no sea la forma jurídica lo que retrase y dilate más en el tiempo la puesta en marcha de este organismo autónomo, que a diferencia del «ya existente», porque en el 'staff' del Spain Convention Bureau aparece nuestra ciudad como miembro asociado, era una parte de la Delegación Municipal de Turismo allá por 1986.

En este 2009, cuando la crisis oprime con intensa fuerza a todos los sectores sociales, nuestro Palacio de Congresos ha generado nueve millones de euros de entre los 13.000 asistentes a congresos y convenciones en nuestro Palacio (el segmento turístico de las reuniones tiene un efecto multiplicador sobre el conjunto de la economía de la ciudad donde se celebran. El gasto por congresista es muy superior al de un turista-visitante normal), sin contar los muchos eventos y actividades de negocio que ha habido en otras instalaciones hoteleras de alto 'standing' de nuestra ciudad, pero no olvidemos que estos honrosos números son fruto de la gestión llevada a cabo de los gestores y directivos del centro congresual. El Palacio de Congresos ha venido realizando una importante labor de promoción, captación de eventos y presentación de candidaturas desde hace muchos años, cuando su labor primordial era vender sus instalaciones que por duración y número de asistentes repercute de forma directa en la actividad de otros componentes de la oferta turística de nuestro entorno capitalino.

El Granada Convention Bureau representa la promoción conjunta, ya que ofrece la totalidad de la oferta de una forma profesional. Vende el destino, vende Granada como sede para la celebración de eventos en el llamado 'turismo de reuniones', que en definitiva es traer a Granada reuniones, congresos, convenciones, seminarios, jornadas, viajes de incentivos, presentación de productos, 'road show' y un largo etcétera que a fin de cuentas es 'cash flow' para un sector emergente y siempre en primera línea de nuestro producto interior. Cuando se venda el destino Granada, no sólo se va a vender el Palacio de Congresos como sede para acoger toda esta tipología de eventos, sino nuestra ciudad en general. Unos se celebrarán en el magno edificio y otros en las muchas instalaciones de gran calidad que existen.

No hay que olvidar el programa de actividades complementarias para el colectivo de acompañantes, que no asisten al programa de trabajo y que hay que tener 'entretenidos' durante los días de congreso. Las visitas turísticas (Alhambra, Catedral, Capilla Rea), las culturales, las gastronómicas y el Parque de las Ciencias son la piedra de toque para 'apuntarse' al congreso.

Si los brotes verdes son verdad, como postula el Gobierno, y no pongo en tela de juicio en absoluto esos repuntes, de la mano de este despegue económico que se vislumbra en la corta distancia para el 2010, cuando la sede congresual cumple la mayoría de edad (1992-2010), están confirmadas más de 60.000 noches de hotel de entre los 20 congresos ya firmados, lo que supone que ha generado más de veinte millones de euros. Todos estos datos pueden ampliarse ya que el equipo de trabajo del Palacio tiene presentadas otras candidaturas que pueden confirmarse conforme avanza el tiempo, y que en ausencia del Granada Convention Bureau ha llevado a cabo una labor similar informando a los organizadores de eventos sobre instalaciones existentes, monumentalidad, patrimonio cultural, planta hotelera, restauración y gastronomía, lugares de ocio para acompañantes,

instalaciones significativas para cenas de gala, edificios históricos, comunicaciones, etc.

Remontándonos a tiempos atrás, Granada llegó a presidir el Spain Convention Bureau, organismo que a nivel nacional coordina actividades en el llamado 'turismo de reuniones'. No se puede obviar que en 1990 se celebró el Congreso de la Asociación Europea de Ciudades de Congresos, candidatura que se ganó cinco años antes.

Nuestra ciudad se convirtió en un destino para mezclar el placer con el trabajo. Sin lugar a dudas, un gran tanto por ciento de congresistas se inscribe al congreso porque se celebra en Granada.

Nuestra ciudad como referencia del Sur, y ya lo apuntaba antes de tener el hermoso Palacio de Congresos que disponemos, es sinónimo de éxito en la organización de congresos, convenciones y eventos. Su infraestructura y la calidad de sus servicios, convierten a Granada en un referente andaluz con los mayores recursos para acoger actividades empresariales tanto nacionales como internacionales.

El Granada Convention Bureau puede ser una realidad ya. Gracias Junta de Andalucía. Gracias Ayuntamiento de Granada. Enhorabuena por la creación del nuevo ente que aseguro va a ser de mucho provecho para todos.