

Más de lo mismo, el turismo cacareado por la Ciudad Autónoma de Melilla sigue siendo uno que no sale rentable a nadie, al menos a los melillenses, que ven como su dinero es invertido en traer "famosos" a cuerpo de rey y agasajos a los participantes, amigos y demás enchufados en la Semana Náutica de Melilla. Y es que la Ciudad Autónoma no ha aprendido la lección aún, y eso que lleva ya tiempo detrás de este asunto; no se trata de "hacer parecer" que hay turismo sino "atraerlo".

Pues bien, para empezar a hacer esto hay que tener muy claro cual es el turismo que le interesa a Melilla, concretamente a sus comerciantes, que son los que, al fin y al cabo, se beneficiarían más directamente de la venida de turistas a la ciudad. Claro que llegados a este punto, nos encontramos con el primer escollo patrocinado por la Ciudad Autónoma de Melilla ¿Qué beneficio se pretende recibir de la venida de turistas a la ciudad? Está claro que para definir cuál es el tipo de personas que hay que atraer a Melilla, lo primero es saber que es lo que se pretende con ello. Si los mandatarios de nuestra Melilla siguen pensando en el sueño de convertir a la ciudad en un lugar de referencia internacional, por aquello de que se conozca en el mundo entero que España tiene un lugar en el Norte de África, pues igual se dan cuenta de que ya queda muy poca gente en la ciudad a la que le importe un rábano (con perdón) lo que se conozca o no de Melilla, cuando hay otras muchas cosas de las que preocuparse utilizando las arcas municipales (véase FITUR para conocer en profundidad cuánto se araña de las mencionadas arcas para este propósito todos los años). Si lo que se pretende es paliar la escasez de negocio sufrida por la pequeña y mediana empresa, sobre todo del sector servicios de Melilla, crear más puestos de trabajo en la ciudad y conducir a la ciudad a un estatus de bonanza económica dependiente del turismo (al no haber industria y desaparecer los aranceles con Marruecos) entonces hay que plantearse un cambio radical como esos que salen en la tele.

El turismo que más gasto hace en la ciudad, con mucha diferencia, es el que proviene de la frontera de Beni-Enzar. Familias enteras vienen a Melilla a pasar un día comprando ropa, comiendo en restaurantes y haciendo uso de todo tipo de servicios. El gasto medio de un cliente proveniente de Marruecos en tiendas de ropa de Melilla es de 250 euros, habiendo clientes que llegan a comprar en un solo día más de 1.000 euros en ropa y complementos. Pero esto es sólo un ejemplo de lo que podría pasar a una escala mucho más importante. Desgraciadamente, el señor Mateo, Viceconsejero de Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla, no ha hecho ni un sólo movimiento con el fin de hacer la vida más fácil a quienes nos visitan desde "abajo del mapa". Contrario a ello, los turistas que cruzan la frontera a diario, ven como no existe ni un sólo triste cartel informativo, kiosco de turismo, trípticos que les ayude a dirigirse al centro de la ciudad después de haber pasado un infierno de cola para poder entrar a Melilla a gastar su dinero. Para más inri, en el Palacio de Congresos (sede de la Viceconsejería de Turismo) y en los kioscos de turismo de la Plaza de España, es difícil ver a alguien que hable el árabe o al menos el tamazigh, con el fin de atender a este inmenso grupo de extranjeros que, como ya digo, vienen a comprar, a gastar, como parte más importante de su visita a nuestra ciudad.

Sin embargo, la Viceconsejería de Turismo de Melilla, dedica sus esfuerzos y nuestro dinero a promocionar paquetes turísticos en las costas de Málaga y Almería, con el fin de traer grupos de personas que, en la mayoría de los

El turismo equivocado

Salima Abdeslam Aisa

casos, encuentran que en Melilla no tienen que comprar nada, porque a lo que vienen es a visitar los museos, ver la ciudad de la mano de guías y dormir en hoteles que... les salen muy económicos gracias a los acuerdos tomados con los turoperadores. O sea, que si pretendemos que venga este turismo, les tenemos que pagar parte del viaje o gastar un dineral en publicidad, y a cambio, el único beneficio obtenido es la presencia de grupos de turistas en Melilla que hacen poco o ningún gasto extra. Más aún, ahí están los cruceros, que suelen atracar en Melilla en domingo, cuando todo el comercio está cerrado en el centro de la ciudad y a los que se les da muy poquito tiempo para que deambulen por los bazares y compren alguna cosa, eso si, se les recibe en el puerto

con todo tipo de agasajos y se les enseña toda Melilla.

En Melilla hace falta un cambio de perspectiva si realmente queremos que nuestro dinero, nuestros impuestos manejados por el gobierno de la ciudad, sean rentables. No hace mucho más de 1200 personas se quedaron en Melilla literalmente "tiradas" en el puerto por causa del mal tiempo. La ciudad, de nuevo, no estaba preparada para atender al turismo de la frontera terrestre de Melilla, que vio como se le trataba cuan animales hacinados y sin ningún tipo de servicios disponibles. Atraer al turismo pasa por estar preparados para cubrir las necesidades de los visitantes, sobretodo si éstos pagarían muy gustosamente por los servicios prestados si es que están a su alcance. Contrario a esto, el Puerto de Melilla sigue sin cumplir las condiciones básicas para un tráfico tan tremendo de pasajeros que participan en la Operación Paso del Estrecho cada año y que, tal y como aseguraban muchos de ellos, pensarán dos veces su viaje si éste incluye Melilla en cualquiera de sus trayectos. El Puerto de Beni-Enzar es cada vez más cómodo de usar para estos millones de pasajeros, de turistas, que ven y comparan y al final deciden dónde gastar su dinero.



Hasta ahora "jungla de asfalto" era sólo una expresión.

Nueva Clase M de Mercedes-Benz. Ven a verlo a CIAMSA

► Con la nueva Clase M de Mercedes-Benz ya no hay campo o ciudad, caminos o carreteras. Ahora simplemente se disfruta conduciendo por cualquier lugar. Porque, por fin,

una berlina de lujo y un todo terreno se han unido para ofrecer un mejor comportamiento en carretera. Ven a verlo a tu Concesionario



Mercedes-Benz

Consumo medio desde 9,8 hasta 13,4 (l/100 km) y emisiones de CO₂ desde 260 hasta 319 (g/km).

C.I.A.M.S.A.

Concesionario Oficial Mercedes-Benz
Avda. de Cándido Lobera, 9. Tel.: 95 268 49 65. 52001 MELILLA
www.ciamsa.mercedes-benz.es