

«Cualquier cambio en el turismo tiene que pasar por consolidar la fuerza y el atractivo de la Costa del Sol»

Javier Fernández Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía

Plantea como reto inculcar el concepto de Andalucía como un destino integral y asegura que lo importante «no es de dónde eres sino hacia dónde quieres ir»

PIJAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Considera que viajar es la mejor forma de tener una mente abierta. Javier Fernández, con apenas una semana al frente de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta, desvía el foco del debate sobre su origen sevillano (Utrera, 1969) para centrarlo en que el reto de la industria turística es anticiparse a los tiempos para garantizar la consolidación de los crecimientos actuales. Reconoce que no hay receta mágica para alcanzar el logro de ganar un 5% de turistas este año, de subir peldaños en la cuota del mercado internacional y en conseguir que el visitante permanezca más tiempo en el destino. Pero, si confía en que remando juntos, todos los segmentos y todas las provincias, será más fácil llegar al objetivo de que el turista encuentre un único destino en Andalucía, con diferentes segmentos. Además, este licenciado en Geografía por la Universidad de Sevilla y especialista en Análisis Geográfico Regional, se muestra rotundo en que «cualquier cambio en turismo tiene que pasar por consolidar la fuerza y el atractivo de la Costa del Sol». «Su nombre no estaba en ninguna de las muchas quinielas que circulaban en las horas previas a su nombramiento. En tre otras cosas porque no respondía al perfil solicitado por los empresarios, en una reunión con la presidenta de la Junta, de que el consejero fuese malagueño y conocedor del turismo. ¿Es consciente de ello?»

«Soy consciente y siento que con ello se me ponen más deberes y, por tanto, que tengo que esforzarme más para hacer ver que lo que la pre-

sidenta ha querido con mi nombramiento es un compromiso con el sector, con la gestión y con el nuevo modelo productivo que queremos para Andalucía. Creo que el hecho de ser o no ser malagueño no es una cosa que uno pueda decidir y que lo importante no es de dónde eres sino hacia dónde quieres ir.

«¿Y cómo lleva el haber roto la tradición de las tres últimas legislaturas de que el consejero de Turismo fuese malagueño?»

«Lo llevo bien. Estoy a gusto en Málaga. He venido varias veces en esta primera semana y he comprobado que hay mucha gente que trabaja con un objetivo claro de sacar lo máximo del turismo y de hacerlo de forma sostenible y sostenida. En ese sentido he encontrado unos equipos muy buenos, tanto en el sector como en el personal de la Junta con que contamos.

PROPUESTAS

Reforma hotelera

«Tenemos que reformular el Plan Qualifica para que tenga una incidencia mayor en la renovación de la planta hotelera»

La importancia del turismo

«Decía Valle Inclán que los nacionalismos se curan viajando. Creo que para tener una mente abierta viajar es muy bueno»

Viviendas turísticas

«Hay que vigilar las viviendas que no dan garantías al turista y luchar contra el fraude. Las cifras son preocupantes»

Es algo que tenemos que aprovechar. «El verano será su primer examen. ¿Qué previsiones baraja para Andalucía y para la Costa del Sol?»

«Los datos que barajamos son buenos. En la reunión de la Mesa del Turismo, que encabezó la presidenta, nos informaban los empresarios de que mayo había tenido un buen resultado, que junio está comportándose muy bien y que para julio y agosto preveían un crecimiento de entre el 3 y el 3,5%. Creo que son buenas cifras y que tenemos que consolidarlas para que no sean puntas de estadísticas y para ir creciendo con una oferta de calidad. El verano nos va a permitir coger aire y tomar ese aliento que nos haga mejorar y sacar ideas para acabar con problemas como la estacionalidad.

«Sabe que la Costa del Sol supone más del 40% del negocio turístico andaluz. ¿Qué peso tendrá este destino en ese nuevo modelo turístico que propone?»

«Con un 42% -creo que es la cifra exacta- del peso de la Costa del Sol en el turismo de Andalucía, cualquier cambio que pueda haber tiene que pasar por consolidar la potencialidad, la fuerza y el atractivo de la Costa del Sol. Por reforzar esa identificación que tenemos en Andalucía con algunos de los elementos que tiene la Costa del Sol y que son referente de toda la región. No puede haber ningún tipo de crecimiento abandonando lo que ya funciona, y la Costa del Sol funciona y tiene capacidad para reinventarse, para solucionar los problemas y para aguantar un crecimiento tanto en calidad como en cantidad. Creo que eso tiene que ser una de las grandes apuestas de la Junta. Tenemos que avanzar en complementar las visitas que llegan a la Costa del Sol y para las que elijan otros destinos andaluces que tengan una complementariedad con el litoral malagueño.

«Y en ese nuevo modelo, ¿qué cree que hay que cambiar en el turismo?»

«Lo primero que hay que hacer es generar una mentalidad abierta, que sea

consciente de la potencialidad de los territorios andaluces. Por ejemplo, la Costa del Sol ha sabido siempre de esa capacidad. Creo que lo que tenemos que cambiar es cómo hacer complementaria toda la oferta que tenemos en Andalucía. Ese es el gran reto, que el turismo tenga en Andalucía un destino único, con diferentes segmentos pero no con distintos destinos. Para ello tenemos que mejorar y cambiar algunas de las actitudes que tenemos todos: administraciones, empresarios y sindicatos. Todos tenemos que colaborar, porque todos juntos es como podemos sacar esto adelante. Con consenso y con innovación para participar no solo en los problemas, sino también en las soluciones.

«¿Considera que la Consejería de Turismo debería estar en Málaga?»

«Creo que lo que deberían estar son las políticas en el territorio y no tanto donde estemos ubicados físicamente. Málaga tiene un gran peso turístico, pero tampoco la Consejería de Agricultura está en Jaén o en Almería. Creo que en un mundo como el actual, con las infraestructuras de comunicaciones tan ágiles no hace falta una presencia física para que las políticas lleguen a los territorios.

«¿Habrá algún malagueño en la dirección turística andaluza?»

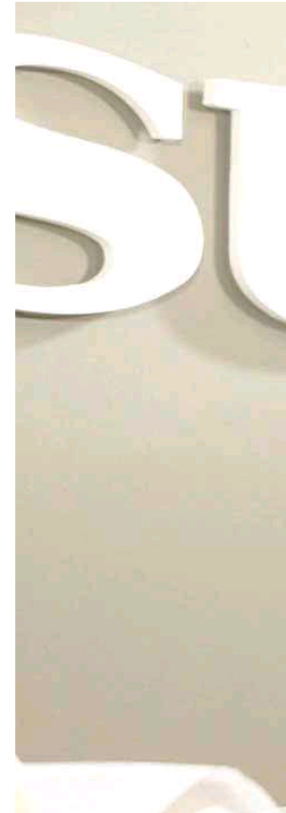
«Ahora mismo llevo una semana como consejero. Estoy evaluando lo que hay. Se ha nombrado al viceconsejero y ratificado a la secretaria general técnica. Todavía no hemos tratado los posibles nombramientos futuros. Indudablemente habrá muchos malagueños con conocimientos y saber hacer que no podemos desaprovechar. Málaga nos ofrece mucha gente y gente preparada. No sería inteligente prescindir de ellas. Yo quiero que en mi equipo estén los mejores.

«Tiene por delante una ardua tarea para mantener el consenso entre los distintos segmentos y entre las provincias andaluzas en un momento de cifras récord. ¿Cómo la encara y por dónde cree que hay que empezar?»

«Hay que comenzar escuchando y siendo sensible a la información que me trasladan los distintos sectores y a las necesidades de los turistas para disfrutar de esa oferta de calidad por la que nosotros apostamos. Para ese diálogo la Mesa del Turismo es muy importante y la vamos a potenciar.

«Y con los Patronatos de Turismo, ¿qué estrategia marcará a nivel promocional?»

«En el Plan de Promoción en el que ya estamos trabajando para el próximo año vamos a darle participación a cada unas de las diputaciones y de los patronatos provinciales. Pero también vamos a ser conscientes de que hay ciudades específicas que tam-



Javier Fernández, durante la

bién aportan mucho turismo sin ser capitales de provincia. Vamos a posibilitar que los patronatos tengan un peso y tengan la capacidad de decidir qué tipo de promoción quieren para sus provincias, pero también vamos a dar participación a las ciudades que por sí solas atraen turismo. Tenemos que conjugar la necesidad de cada uno y hacerlo lo más cercano posible a su demanda. Que la promoción turística de Andalucía, dentro de un mismo marco, se sienta próxima a las peticiones de cada destino.

«¿Mantendrá las pautas del Plan contra la Estacionalidad, que fue aprobado por IU con el consenso del sector, teniendo en cuenta que lleva parado seis meses y que la temporada baja está a la vuelta de la esquina?»

«Nosotros queremos tener una capacidad de evaluación continua. No vamos a esperar a que los planes terminen para hacer las modificaciones necesarias para que funcionen. Si vemos que alguna de las líneas estratégicas no funcionan vamos a cambiarla y no vamos a tener problema en buscarle soluciones. Si el Plan contra la Estacionalidad lleva seis meses parado creo que no puede ser así. Vamos a intentar solucionarlo y darle las posibilidades. Si hay algún tipo de

«Hay que potenciar y difundir la Semana Santa de Málaga»

P. MARTÍNEZ

MÁLAGA. ¿Conoce la Feria y la Semana Santa de Málaga? ¿Qué le gusta más de ellas respecto de las de Sevilla?

«Son modelos totalmente distintos. Cuando conocí la Semana Santa de Málaga pensé que era una gran desconocida. Creo que la imagen que

podemos dar no corresponde con lo que yo viví aquí de la mano de un malagueño. Es una Semana Santa que hay que potenciar y que hay que difundir. Intentaremos potenciarla. En cuanto a las ferias son dos conceptos distintos. Imagine una feria de abril en agosto.

«¿Y qué le parece la propuesta del

Papa de que la Semana Santa tenga una fecha fija?»

«Tomo la frase de Juan Espada, el alcalde de Sevilla, que dijo que lo que diga el Papa va a misa. Desde el punto de vista turístico permitirá tener unas previsiones mejores. Cuando cae en marzo, con un tiempo menos proclive a disfrutar de la playa, varía sobre abril. La idea es buena para una mejor planificación. Después tendremos todo lo que ello conlleva en Sevilla para la Feria o para el Corpus en otras ciudades. La estabilidad que daría una fecha fija sería buena para el turismo.



entrevista realizada en la redacción de SUR. :: SALVADOR SALAS

cambio será consensuado con todos.
¿Pero lo va a retomar?

Sí, sí. No por nada, sino porque necesitamos mantener vivo el turismo en ese periodo, para crear riqueza y que no se destruya empleo. Duele cuando se cierra un hotel por temporada. Eso hay que evitarlo y vamos a buscar atractivos para luchar contra la estacionalidad.

-La presidenta de la Junta habló el otro día de la necesidad de reforzar la formación, pero ¿cómo hacerlo tras la polémica gestión de la Junta en los consorcios de escuelas emblemáticas como La Cónsula, que es todo un referente de excelencia?

-La oferta de calidad por la que apostamos tiene que basarse en la formación. La nueva normativa aprobada hace unos meses posibilita crear unos ámbitos de formación más ágiles, transparentes y, sobre todo, permite adaptarla a las necesidades espe-

cíficas de cada sector. Nosotros vamos a hacer especial hincapié con el consejero de Empleo para incrementar esa oferta dirigida al turismo. Al aumentar la capacitación del trabajador posibilitamos también generar mejores sueldos y ofrecer más calidad para que el turista vuelva.

-Y para que el turista repita, ¿han pensado en alguna campaña para fidelizar a los viajeros?

-Estamos diseñando una campaña que tenga dos vertientes: la primera dirigida a los que están en el destino para que vuelvan y otra para los que nos visitaron hace tiempo para que sepan que Andalucía está ahí.

-La innovación es otra de las claves para adaptarse al nuevo viajero. ¿Innovar de qué manera, en qué y con qué objetivos?

-Innovar es mantenerse vivo. El turismo es muy sensible a los cambios y exigente en las demandas. Tene-

mos que ser capaces de adelantarnos a las tendencias, por lo menos sabiendo leer para hacer una oferta de éxito. Queremos que las instalaciones de AndalucíaLab sean un verdadero motor de innovación en todos los ámbitos que afectan al turismo, y en las que demos cabida a otras instituciones e, incluso, a actividades privadas para que tengan la posibilidad de realizar desarrollos y generar nuevas propuestas desde todos los ámbitos.

-¿En qué receta trabajan para conseguir el reto de conquistar un 5% más de turistas, alargar las estancias de los mismos y avanzar en el escenario internacional que la Junta marca como reto para este año?

-No hay recetas mágicas. Ese es el objetivo. Lo que tenemos que hacer es seguir promocionando Andalucía, demostrando que tenemos un destino de calidad y que da seguridad a

quienes nos visitan. Esto es lo que nos puede hacer mantenernos para llevar a cabo un avance sólido.

-En este sentido, ¿no cree que a Andalucía se le empieza a quedar pequeño el escenario europeo en el que concentra su mayor parte de viajeros y que habría que profundizar en mercados emergentes?

-Sin abandonar ninguno de los principales mercados emisores hay que buscar nuevas iniciativas, pero que estén basadas en estudios serios de las posibilidades de retornos. No podemos ir apostando como si esto fuera un casino. Tenemos grandes profesionales y una estructura muy potente que nos puede señalar cuáles son esos mercados, además de escuchar al sector.

-Precisamente, otro de los proyectos en cartera para seguir siendo competitivos y aspirar a nuevos mercados se centraba en la renovación de la planta hotelera. ¿Hay algún plan para ello?

-Lo que tenemos que desarrollar es una nueva reformulación del Plan Qualifica para que tenga una mayor incidencia en la renovación de la planta hotelera. Los productos maduros no pueden estar antiguos. Esa es la voluntad de la mayoría de los propietarios de los hoteles. Si hay una posibilidad de que sean más rentables, que no sea una operación de maquillaje, sino que den frutos para hacer más atractivos los destinos, la administración podrá ayudarles.

-Se acaban de conocer datos sobre el primer informe del impacto de las viviendas turísticas ilegales, que en el caso de Málaga triplican en plazas a las de los hoteles. ¿Qué pretende hacer en este asunto?

-Creo que hay que regularlo, principalmente por respecto con quien cumple con la legalidad, paga sus impuestos y se somete a una normativa. Tenemos también que hacer un esfuerzo en vigilar las viviendas que no dan garantías al cliente y en luchar contra el fraude. Las cifras son preocupantes.

-Para ir terminando le planteo algunas preguntas algo más personales. Siendo de Utrera, ¿por qué se decanta más para ir de vacaciones por el interior o por la playa?

-Soy más de sol y playa, aunque hago escapadas de turismo con atractivo patrimonial.

-¿Conoce la oferta de museos de Málaga? ¿Cuál es su favorito?

-Creo que el Museo Picasso es una gran joya de Málaga.

-¿Es muy viajero?

-Mucho. Decía Valle Inclán que los nacionalismos se curan viajando. Creo que para tener una mente abierta viajar es muy bueno.

-¿Ha veraneado en la Costa del Sol?

-Sí, en Benalmádena.

-¿Se decanta más por el espeto o por el gazpachuelo?

-Prefiero el espeto, llevando a rajatabla lo de los meses que no tienen erre.

LAS CLAVES

Estacionalidad

«Vamos a retomar este plan porque necesitamos mantener vivo el turismo todo el año»

Plan de Promoción

«En el proyecto en el que trabajamos participarán los patronatos y las ciudades que aportan turismo»

Fidelización

«Estamos diseñando una campaña para que los turistas que eligen Andalucía vuelvan»

Futuro

«Tenemos que innovar para ser capaces de adelantarnos a las exigencias de los viajeros»