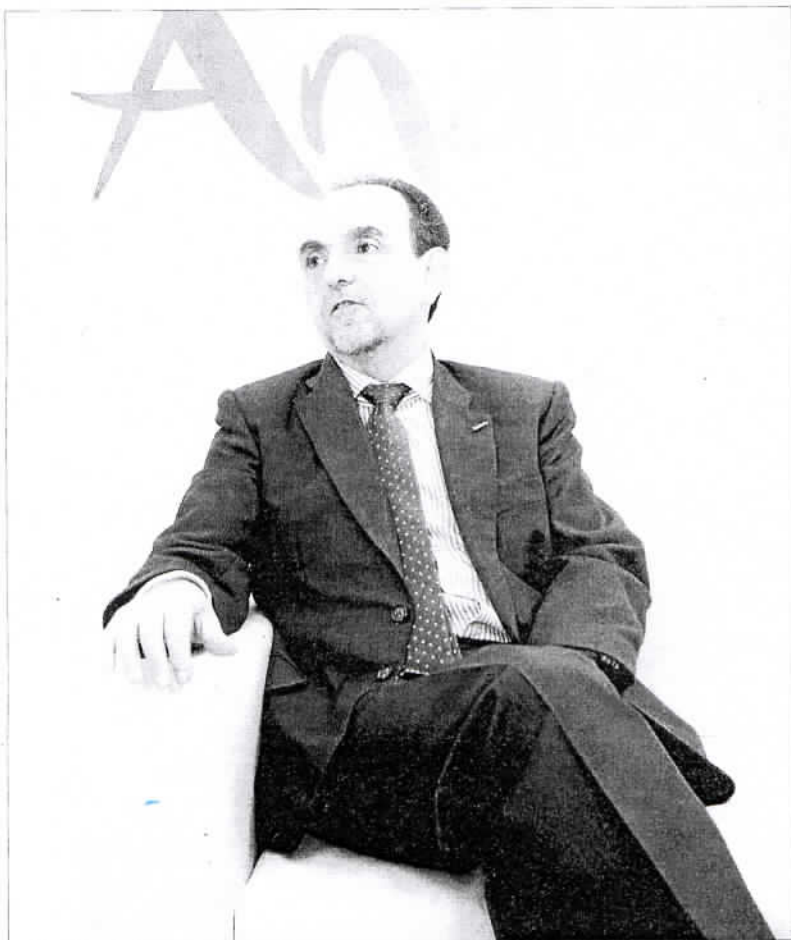


Málaga

RAFAEL RODRÍGUEZ

CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Tras la participación de Andalucía en Fitur, el consejero resalta el esfuerzo promocional de la comunidad en un evento en el que ha contado con menos recursos. «Con buena voluntad, imaginación y con capacidad de aglutinar ideas se pueden hacer las mismas cosas» afirma Rodríguez, que critica la «falta de claridad» del Ejecutivo de Rajoy en su participación en el plan Qualifica.



El consejero de Turismo, Rafael Rodríguez, esta semana, en el expositor de Andalucía en Fitur.

«La mejor promoción turística es que el Gobierno central cambie de política»

Virginia Guzmán
MÁLAGA



FOTOS DE GREGORIO TORRES

■ Seguir construyendo un destino competitivo de la mano de todo el sector turístico y con la calidad como estandarte. Es el objetivo que se marca Rafael Rodríguez para este mandato, en el que también apuesta por abrir la oferta de la región a mercados emergentes y recuperar el turismo nacional, lastrado por la crisis económica.

□ **Andalucía ha llegado a Fitur, que cerró sus puertas ayer, en un momento clave y difícil por la caída del mercado nacional.**

□ Es un momento delicado porque la situación económica nacional es delicada y se está gestionando la situación de forma errónea. Se están deprimiendo la economía, el consumo, la renta familiar disponible y el principal afectado de esas políticas es un sector como el turismo, que depende cien por cien de la capacidad de consumo y del optimismo económico. Y eso afecta principalmente al mercado nacional y a Andalucía que históricamente ha dependido de ese turista.

□ **Pero estos tiempos exigen también un mayor esfuerzo. En esta feria se ha hablado mucho de calidad y de la necesidad de diversificar la oferta.**

□ En Andalucía hay una diversidad de segmentos y hay calidad. Tenemos elementos suficientes para ser optimistas siempre que asumamos ese gran reto de destacar, de ganar cuota de mercado por la sostenibilidad, la calidad y la excelencia. Y en esa dirección apunta el Pacto Andaluz por el Turismo, que vamos a firmar en pocos días y que será una apuesta clara por esa estrategia de hacer competitivo y viable nuestro destino turístico. No podemos competir bajando precios, porque siempre habrá otros que los bajen más, no podemos competir deteriorando las relaciones laborales, porque ese sería el principal foco de infección del propio destino. Tenemos que competir en lo que somos únicos y en lo que sabemos hacer bien, que es tener una oferta diversificada, complementaria, un destino que aglutina prácticamente todo lo que quieras encontrar en una semana de vacaciones, y todo eso arropado por unos servicios de calidad, unos trabajadores satisfechos y preparados, un territorio con zonas libres y diáfanas, sostenible.

□ **¿En ese camino la colaboración público-privada es clave?**

□ Es fundamental y en el sector turístico la colaboración público-privada está funcionando muy bien, porque hay una comunión de intereses. El sector turístico privado, que básicamente en Andalucía es un pequeño y mediano empresario, es un empresario ligado al territorio, a su zona, a su comarca, es un empresario que sabe que obtener beneficios tiene que ser un objetivo sostenido en el tiempo. Es fácil la interlocución con el empresario turístico porque hablamos el mismo lenguaje, yo

insisto mucho en los términos, porque el discurso en materia turística del Gobierno se basa en varios pilares y uno de ellos es el empresario turístico, que no es el especulador que quiere hacer negocio en torno a la marca turística, ni el que quiere obtener pingües beneficios a costa de degradar el entorno y llenar de ladrillos el litoral. Todos los pasos que el Gobierno está dando van dirigidos a la calidad, incluido el plan de protección del litoral, que tiene un elemento sustancial de apostar por la calidad del destino y el producto turístico de Andalucía. Con el plan del litoral se ha puesto de manifiesto que cada mochuelo va a su olivo, el olivo del Gobierno y de la Consejería es el empresario y los trabajadores, el territorio, la calidad, el olivo de otros dirigentes políticos está mucho más centrado en los grandes promotores, en la especulación inmobiliaria y en el negocio fácil.

□ **¿La lucha contra la estacionalidad tendrá espacio en el plan de acción de este año?**

□ La estacionalidad no es un problema que se pueda resolver de la noche a la mañana. Yo estaba en primera línea de la acción política hace doce años y ya se hablaba de la estacionalidad como uno de los grandes problemas del sector, he vuelto y se sigue hablando de ella. Yo siempre parto de que todos los que me han antecedido son personas inteligentes, capaces, rodeadas de buenos equipos que han intentado afrontar este problema. Pero es una situación compleja, y nosotros en esa línea queremos trabajar para disminuir la estacionalidad. Eso se va a plantear en el plan de acción, que establecerá varias acciones para poner en valor segmentos turísticos que han intentado afrontar este problema. Pero es una situación compleja, y nosotros en esa línea queremos trabajar para disminuir la estacionalidad que ya también se está elaborando con las aportaciones del sector. Cerraremos ese plan en torno a junio de este año y ahí se establecerán líneas de acción que se incorporarán en el plan director de marketing 2013-2016 que también vamos a empezar a elaborar.

□ **¿El plan de acción de 2013 supondrá una ruptura con todo lo hecho hasta ahora?**

□ Ya lo veremos. Se va a demostrar que con menos recursos se pueden abarcar más objetivos y se pueden obtener a priori mejores resultados. Después, se irá valorando con el tiempo. Va a ser un plan que va a abrir líneas nuevas y que va a poner de manifiesto que la optimización de los recursos en ningún caso tiene que ir forzosamente pareja a la disminución de las opciones, a la pérdida de calidad en la promoción. La primera novedad de este plan de acción es que aglutina a todos los operadores públicos de Andalucía por primera vez, todos los patronatos de turismo se van a ver reflejados directamente, se incorporan sus acciones y la aportación económica que la Junta va a hacer va a ir dirigida específicamente a estas acciones. Eso ya de por sí es una novedad importante que no hubiera

▶ Rodríguez espera que en junio esté listo el plan estratégico contra la estacionalidad y defiende la colaboración público-privada para hacer competitivo el destino

sido posible sin la colaboración y la predisposición de los patronatos, por tanto quiero reconocer el protagonismo y el buen hacer de todos los patronatos de Andalucía.

¿La crisis ha obligado a reducir los presupuestos. ¿Podrá la Consejería de Turismo seguir manteniendo el nivel de sus acciones promocionales?

□ El ejemplo de ello es Fitur. Hemos hecho un esfuerzo muy importante de racionalización del gasto, todo se ha hecho con un 34% menos de recursos, unos recursos que se destinarán a la promoción turística en el destino, al plan de acción. Así se pone de manifiesto que con buena voluntad, imaginación y con capacidad de aglutinar ideas con menos recursos se pueden hacer las mismas cosas. Y quiero destacar, del pabellón que hemos tenido en Fitur, la presencia de los patronatos, que también han actuado con lealtad, de los empresarios, para los que hemos subido un 30% las mesas de trabajo. Ello significa que hay confianza del sector empresarial en la Junta de Andalucía y en la capacidad de Fitur para hacer negocio, porque en definitiva todo el esfuerzo que ha hecho la Consejería sólo se explica si al final sirve para hacer negocio, para firmar contratos, para mejorar la imagen de Andalucía. Al final aquí no venimos para pasearnos, la manera de evaluar los esfuerzos no es el número de fotos que salen en los periódicos, el número de veces que se habla en la radio.

¿En esta feria también han pre-

sentado un nuevo producto ligado al Qualifica, un plan de plena actualidad por la negativa del Gobierno central a pagar su parte correspondiente a 2012.

□ El plan Qualifica es un ejemplo de colaboración público-privada que funciona bien, pero desgraciadamente hemos topado con una actuación en el mejor de los casos informal y oscurantista del Gobierno central, que ha impedido que dos millones de euros que estaban presupuestados en 2012 se puedan materializar. Yo creo que no es una buena noticia, todos los proyectos de colaboración exigen lealtad de todas las partes y esfuerzos para superar los inconvenientes que vayan surgiendo en el camino. No hemos empezado bien con el Qualifica esta legislación y espero que se reconduzca, en cualquier caso la apuesta de Andalucía por seguir manteniendo la actividad del consorcio es evidente, vamos a colaborar presupuestariamente con independencia en 2013 de lo que haga el Gobierno central, aunque espero que este año colabore. No queremos que nos vuelva a suceder lo de 2012, que nos tengan mareando la perdiz hasta que no sea posible realzar la asignación presupuestada. Es una mala experiencia. Lo que más me ha molestado de todo este proceso es la falta de claridad por parte del Gobierno central a la hora de decir que no tenían dinero. No lo hubiera compartido, pero lo hubiéramos entendido. Si eso nos lo dicen en agosto, que fue la



LA OPINIÓN

Elevada afluencia de público en la última jornada de Fitur

► Andalucía concluyó ayer su promoción como destino turístico líder para los viajeros del mercado nacional en Fitur, con una elevada afluencia de público en la segunda de las jornadas dedicadas al consumidor final. Los numerosos visitantes disfrutaron de la oferta de la comunidad y de las actividades planteadas por la Consejería de Turismo y Comercio.

primera vez que hablamos del tema, hubiéramos tenido seis meses para buscar. Esa falta de claridad y valentía para decir las cosas con sinceridad creo que es lo más desagradable.

¿Con el panorama actual, hay hueco para la esperanza?

□ Creo que en estos tiempos que corren, el optimismo es una necesidad histórica. Hay que ser optimistas por exigencia, yo además lo soy por naturaleza. La izquierda tiene que ser optimista, pero serlo

no significa que se desconozcan las dificultades. Y la mejor promoción turística para fortalecer el turismo nacional es que el Gobierno cambie de políticas, mientras que estemos en esto niveles de paro, mientras se mantengan los recortes con la gravedad que se plantean, mientras la renta familiar disponible se deprima y los salarios disminuyan, mientras el consumo se va afectado es pedir milagros que la gente haga turismo. Al final el turismo es un derecho del ciudadano

que tiene su origen en otro derecho fundamental, el derecho al trabajo, si éste no se tiene no se puede disfrutar del derecho a las vacaciones. Si además las perspectivas económicas son pesimistas, tampoco se van a invertir recursos en el turismo. A pesar de ese escenario, creo que tenemos razones para seguir siendo optimistas, para que Andalucía siga ocupando un papel líder en el turismo nacional y un lugar de preeminencia en el internacional.