

Andalucía, 6 de octubre de 2010

Intervención del presidente de la Junta en el acto de presentación de la nueva Comunidad Turística de Andalucía

Éste es un momento importante porque estamos presentando un proyecto muy querido, acariciado por muchos de nosotros durante meses. Pretende conocimiento, comunicación, compromiso, que Andalucía sea más y mejor conocida y, sobre todo, hacer más accesible ese conocimiento gracias a esta plataforma que se pone en marcha.

Es una puerta abierta a la experiencia de vivir y de compartir Andalucía. Se trata de hacer más visible nuestra tierra y mostrar de forma integradora cosas que normalmente no se conocen. Conocemos que Andalucía es atlántica y es mediterránea, sus valles, sus montañas, su litoral, su cultura romana, su cultura árabe...

Ahora lo podemos conocer en un itinerario de forma integrada, con buenas comunicaciones, buenos establecimientos y buenas ofertas de bienestar. Es una manera de mostrar de forma integradora. Este proyecto es un escaparate de la belleza de Andalucía, de la diversidad de sus pueblos y de sus gentes.

Hemos creado un gran espacio que está llamado a crecer, y a crecer por la comunicación, a crecer por la integración entre administración, agentes turísticos y turistas; a crecer a través de ese diálogo que vamos a establecer y que nos obligará a mejorar.

Normalmente hablamos siempre de competitividad como un objetivo de la economía, pero hay que trabajar para ser cada vez más competentes, y así, seremos cada vez más competitivos.



Lo que hay que hacer es mejorar la oferta, mejorar la calidad de lo que ofrecemos. Eso es lo que nos hace ser competentes y, a la postre, eso es lo que nos da un sí en los mercados globales: nuestra propia competencia porque, insisto, la competitividad se puede ganar de muchas maneras, pero ninguna es perdurable si no utilizamos la competencia que tenemos entre nosotros.

Damos valor añadido a lo que es propio de Andalucía y le damos valor añadido conservando todo aquello que tengamos que conservar e innovando todo aquello que tengamos que innovar.

Estamos en la era digital. Esto es una realidad que conoce en profundidad toda la comunidad educativa, por eso estamos en la Universidad, porque es la que nos proporciona herramientas cada vez mejores para este conocimiento y para nuestro propio bienestar y felicidad.

Las barreras geográficas, las temporales se van sumando y los canales para difundir contenidos digitales se están multiplicando continuamente. Son cada vez más accesibles desde cualquier dispositivo fijo pero también, con esa nueva condición de nomadismo que caracteriza al ser humano hoy en una globalización como la que vivimos, a través de los sistemas portátiles o móviles.

Las redes sociales forman ya parte sustancial de nuestra vida cotidiana, alcanzarán en breve a mil millones de personas. Estamos hablando de una cantidad inimaginable hace solamente cuatro o cinco años.

Si Facebook fuera un país ocuparía la tercera posición en el ranking de los más poblados, detrás de China y de la India. Tiene más de quinientos millones de usuarios y supera la población de Estados Unidos.



Vivimos un proceso imparable hacia la digitalización del contenido, que no ha hecho más que empezar y todos hemos de estar ahí y, como decía antes, para ocupar un espacio diferenciado es preciso añadir al estar ahí, el cómo estar.

Hay que estar ahí, pero cada vez mejor, viéndose cada vez mejor lo que somos y lo que somos capaces de hacer.

El mercado turístico depende de la información. Internet ha cambiado radicalmente la forma en la que los consumidores, que en este caso son cada vez más individuales, más ciudadanos activos, planifican y compran sus vacaciones. La red permite además que los proveedores de servicios y productos turísticos entren en contacto directo con los potenciales consumidores de todo el mundo en comunidad.

La competencia que da la competitividad la acompañamos de cooperación interempresarial y también entre las distintas empresas y las administraciones públicas. Esa cooperación es la que fortalece la competencia y la que desemboca en esa competitividad de la que les hablo.

Esta es la importancia de la Plataforma Virtual de Turismo Andalucía que estamos presentando. Una plataforma innovadora, que reúne contenidos multimedia de alta calidad, producidos en Andalucía y que se convierte en una de las grandes riquezas. Potencia y se potencia a través de la comunicación en las redes sociales.

Nunca habíamos tenido tanto a favor para un destino como es Andalucía. Una plataforma que muestra de forma dinámica y atractiva la oferta de todas las riquezas y de todas las experiencias que ofrece Andalucía.

Algo estático, algo que está a lo largo de los siglos y que hay que conservar, pero algo dinámico también, que se vive y, al vivirlo, lo hacemos nuestro. Frente a la uniformidad que normalmente trae la globalización, el reto para el turismo es precisamente preservar lo local, lo más propio, lo autóctono, lo genuino de una cultura.



Esta es la única forma de convertir en atrayente un destino. Eso es precisamente lo que convierte a Andalucía en un destino muy atractivo para el viajero, la fidelidad a nuestras raíces y la posibilidad de hacer propios sus paisajes y enriquecernos con nuestros valores.

Nuestro modo de ser, nuestra forma de vida es atractiva, pero sobre todo es contagiosa a los que quieren visitarnos y, después de conocernos, insisten. No se trata de informar, sino de hacer partícipes de la realidad porque, después de conocernos, llegarán a sentir a Andalucía como parte de ellos mismos.

Este proyecto genera también una gran comunidad en la que todos los recursos están puestos a disposición del viajero, ese concepto casi del siglo XVIII, XIX que convertimos en actual. El viajero es el gran protagonista, el que valora y, a partir de ahora, también aportará opinión, que va a ser muy importante para consolidar el destino Andalucía.

Los contenidos generados por el usuario van a representar un porcentaje elevadísimo de lo que exista en la red. De ahí la importancia de conformar voluntades, de que nuestra oferta se traduzca en algo incluso mejor de lo esperado.

Los viajeros van a poder seguir las huellas digitales que dejan otros viajeros que han venido antes de él, seguir los caminos que han trazado y eso será una fuente importante de conocimiento.

Andalucia.org será también una gran central de reservas en la que se van a integrar todas las herramientas que ahora utilizan los distintos proveedores para la venta en línea. Este es uno de los objetivos centrales: ser un motor para la mejora de la oferta de las empresas turísticas andaluzas, de aquellas que hoy por hoy no están en internet y de las que ya lo están, a través de una integración de la oferta global bajo la marca Andalucía.



Esa marca, Andalucía, es la que a cada una de las ofertas le da un valor añadido importantísimo. La plataforma es también un instrumento que iguala en visibilidad y oportunidades de negocio a las pequeñas empresas andaluzas del sector que podrán a partir de ahora comercializar sus productos y servicios en todo el mundo.

Para ello, el proyecto de comunidad virtual incorpora un elemento fundamental como es el de la formación. En concreto, el Plan de Formación y Empleo ha de mejorar la competencia básica en tecnologías de la información de las pequeñas y medianas empresas, independientemente de su tamaño, de su posición en la cadena turística.

Se trata de que cualquier empresa del ramo, desde la restauración, el alojamiento, a los servicios vinculados a los recursos naturales o patrimoniales andaluces pueda mostrar su oferta y generar contenidos de alta calidad en la red y a la vez, se beneficien del software y herramientas específicas de gestión de inventario, reservas a través del móvil, etc.

Junto a ello, la plataforma pondrá a disposición del público un amplio fondo audiovisual de recursos turísticos de Andalucía. Herramientas para planificar un viaje, compatibilizar itinerarios en red, comparar precios, concertar reuniones... Todo ello encaminado al objetivo final: el viajero diseña su propio viaje.

A partir de ahí, con todo el conocimiento y la información a su alcance, el viajero decidirá la mejor opción de compra, que al igual que las centrales de reserva en línea, estará disponible en esta plataforma turística de Andalucía. Es decir, hacemos una comunidad de turismo que concentra calidad y diversidad y que favorece el dinamismo del sector. Por eso quiero invitar a todos los promotores, a todos los agentes, empresarios del sector en Andalucía a que se sumen a esta iniciativa.

El compromiso del Gobierno es claro, creemos en el turismo andaluz porque si históricamente se decía que el comercio es el que trasladaba la democracia y las buenas relaciones pacíficas entre los distintos países, el turismo es el que hace pactos, hace



ciudadanía compartida, hace amigos, hace relaciones internacionales, hace un mundo completamente diferente, distinto.

Por eso, además de por la generación de riqueza, que siempre hay que pensar en esto del PIB, además de todo eso, es que es verdad que el turismo es un valor de ciudadanía, es un valor de compartir.

La crisis nos ha provocado muchas dificultades, porque es mundial. La demanda de todos los países del mundo se resiente. Pero el turismo tiene algo en la crisis que lo hace atractivo. Primero, y lo más importante, está aguantando bien, y es que las personas, en una situación como ésta, que no es para muchos de alegría, busca espacios donde salirse de los problemas cotidianos.

Es cierto que se está viendo la capacidad que tiene Andalucía de enganchar no sólo a los clientes tradicionales como Reino Unido, sino también a clientes nuevos, como por ejemplo Italia, que es uno de los mercados que más está creciendo con respecto al turismo andaluz.

Cuando hablamos de la Europa de los ciudadanos, pensamos también en esa imagen de Europa que nos la proporciona los viajes. Pocas cosas han hecho tanto por Europa como las Becas Erasmus, como ustedes conocen. Pero es verdad, como decía Pío Baroja que “los nacionalismos excluyentes se quitan viajando”. Conociendo a otra gente nos damos cuenta de que todos somos iguales y que todos tenemos muchas cosas que compartir, de ahí que el Tratado de Lisboa haya incorporado por primera vez el turismo a la política comunitaria.

Su objetivo es que Europa revalide su posición como primer destino turístico del mundo, incluimos ya a España y Andalucía en ese gran turismo. Ustedes saben que lo que se llamaba ‘el gran viaje’, que hacían en el siglo XIX las familias acomodadas -ese viaje por Europa que era poco más que Francia, Italia, Grecia...-. Ahora entra España, entra Andalucía y entra toda Europa porque el turismo verdaderamente como política europea



nos va a unir a todos. Eso ha hecho que la Unión haya asumido competencias que permiten apoyar y coordinar la acción que desarrollemos desde el ámbito regional y nacional para mejorar la competencia y la competitividad de este sector.

Este es un momento excepcional para impulsar aún más el sector turístico de Andalucía. Tenemos que buscar patrones de crecimiento diferentes, y esos patrones de crecimiento no se pueden improvisar. Hemos de potenciar lo que tenemos, cuidándolo y trabajándolo, haciendo que dé el máximo rendimiento.

El turismo es fundamental en la estrategia de cambio de modelo, en la estrategia de sostenibilidad de Andalucía, en la estrategia de buscar modelos de crecimiento más humanos, que se focalicen en el saber hacer, en el conocimiento y en el ser humano.

En todo lo tenemos que hacer, pero en el turismo también, tenemos que sumar a lo que ya somos, todo aquello que nos haga mejores. Andalucía es una marca con un prestigio imposible de cuantificar en términos económicos. Es un intangible que está acumulando nuestra tierra desde hace miles de años y que ahora además encuentra esta proyección internacional.

Esta marca podrá mejorar gracias a la colaboración entre administraciones y sector; gracias a la formación que tengan las personas que trabajen en el sector, personas cada vez más y mejor formadas; a las empresas capaces de ofrecer cada vez mejores productos, y a la administración proporcionando los medios para que también aquí, en el sector empresarial, exista igualdad de oportunidades. Todo eso nos dará un turismo de gran calidad.

La comunidad virtual de Andalucía nace hoy con una clara ambición, que no es otra que la de convertirse en la mayor y mejor red social de información y negocio turístico de España. Lo vamos a hacer entre todos porque todos formamos parte de la comunidad, por eso se llama Comunidad, la de Andalucía y, ahora, al hacerla virtual, se dará a conocer más y mejor en todo el mundo.

