

Andalucía, 31 de octubre de 2012

Intervención del presidente de la Junta en la entrega de los Premios Andalucía de Turismo 2012

Es para mí un honor acompañarles esta noche en Huelva. Una tierra con una extraordinaria diversidad turística, que bien puede ser un acabado reflejo de los recursos que atesora Andalucía. Este es un magnífico escenario para la entrega de los Premios Andalucía del Turismo. Reconocemos con ellos la capacidad creativa e innovadora de las personas, instituciones y empresas que trabajan en este sector.

Quiero felicitar a los galardonados por su iniciativa, su tesón y su entrega en una actividad que es fundamental para Andalucía por muchas razones. El turismo es un importante pilar económico de nuestra economía, lo ha sido en el pasado y lo sigue siendo hoy. Su fortaleza (11% de la riqueza andaluza) nos señala que puede ser uno de los motores de la recuperación económica.

Pero el turismo es mucho más; proyecta hacia el exterior todo lo que somos y todo lo que podemos ofrecer. Tiene un importante valor añadido. Aporta conocimiento sobre nuestra realidad a aquellos que nos visitan, y nos enriquecen con sus aportaciones. Este conocimiento mutuo, esta interacción, es un valioso instrumento de convivencia.

El turismo es por ello un amplificador de las relaciones humanas y responde a la necesidad que tienen las personas de experimentar el mundo por sí mismas. Lo que se ofrece en este sector de actividad es precisamente una experiencia, una vivencia.

El turismo es, además, una actividad intensiva en empleo, que ofrece servicios imposibles de deslocalizar y que tiene en la calidad y la excelencia, en el trabajo bien hecho, los elementos fundamentales para su promoción.



Y permítanme que, en este punto, haga una reflexión. El turismo aprovecha, como actividad económica, el patrimonio natural, el cultural y el histórico. Este es el acicate de una oferta que, sin embargo, se cualifica por el servicio que presta. Estamos hablando de una economía de servicios y los servicios son, en este caso, prestaciones humanas. Por eso nada más torpe que tratar de obtener rentabilidad deteriorando la calidad y la calidez de las relaciones humanas.

En el turismo, el empleo es parte fundamental de la oferta y, por ello, un factor fundamental de competitividad.

La reducción de empleo o la baja cualificación repercuten siempre negativamente en la sostenibilidad del negocio.

Andalucía es una marca con un prestigio internacional difícil de calcular en términos económicos. La oferta andaluza engloba un rico patrimonio histórico, cultural, arquitectónico y natural, que integra a su vez a todos los andaluces, nuestros pueblos y tradiciones, nuestra forma de vida.

Una oferta y una imagen de Andalucía que es determinante para consolidarnos como un destino atractivo en el mercado global. De ahí la importancia de la proyección internacional que tiene Andalucía gracias a andaluces como José Mercé, al que quiero agradecer su importante labor de difusión de la cultura andaluza. Lo hace a través del flamenco más innovador, el elemento más internacional de nuestra cultura. Un arte con el que logra transmitir la fuerza de nuestra tierra por todo el mundo.

Andalucía muestra todas sus posibilidades a través de sus medios de comunicación, tanto regionales como locales, que, como el Grupo Joly, son una excelente herramienta para potenciar la imagen de Andalucía.

Si algo está poniendo de relieve esta crisis económica y, más concretamente, la



crisis de deuda soberana en Europa, es la importancia de la imagen y de que ésta responda efectivamente a la realidad. La realidad económica actual es la consecuencia de haber adoptado una política equivocada para superar la crisis.

La austeridad como única receta económica ha demostrado ser un fracaso que no se reconoce por los intereses de un solo país, bien que sea el más poderoso de la zona del euro. El caso es que la zona monetaria que compartimos 5 años después, continúa en situación de extrema debilidad con crecimientos negativos.

Este contexto económico perjudica especialmente al turismo, un sector muy dependiente de la marcha de la economía, de la demanda y de la renta disponible. En estos momentos de crisis e incertidumbre, el consumo se ve afectado por las duras medidas que se están adoptando en los países europeos. No hay consumo posible si la economía no se estimula y si no solucionamos el problema que tienen las empresas para acceder a la financiación.

No podemos olvidar que nuestro gran reto es ser más competitivos en una economía global. Y eso nos exige poner en marcha nuevas estrategias de colaboración para mejorar nuestra calidad, generar valor añadido y conquistar nuevos mercados. Estrategias para profundizar, también, en formación, investigación e innovación. Para hacer, en definitiva, más competentes a nuestros factores productivos.

En este esfuerzo, la Universidad de Granada ha sido pionera en España, con su Diplomatura en Turismo. El elevado grado de inserción laboral de sus graduados es el mejor ejemplo de su calidad y el enfoque práctico de unos estudios que han sabido adaptarse a las necesidades del sector turístico.

Este es, sin duda, el punto de partida, una buena formación inicial, que ha de acompañarse después con un aprendizaje permanente. Un valor que se premia hoy en un trabajador del Hotel Condestable Iranzo de Jaén: Pedro Olmedo Morales, un convencido de la necesidad de formarse a lo largo de la vida para mejorar constantemente la atención y



la calidad de servicio al cliente.

En el sector turístico andaluz, tenemos una importante tradición empresarial basada en la experiencia y el emprendimiento de quienes han sabido anticiparse al futuro con nuevos productos y servicios.

Esta es la cultura empresarial que necesitamos. La que ha representado Carlos María Gil Passolas, un empresario que apostó por un modelo turístico moderno y de proyección internacional. Un pionero del turismo que creía en la colaboración como instrumento de trabajo, tal y como demostró con la puesta en marcha del Patronato de Turismo de la Costa del Sol.

Empresarios imprescindibles, que se han atrevido, que han innovado y que defienden la calidad, como lo hace Pedro Alexis Turpault, un cosmopolita que vino a Andalucía hace cuatro décadas y que se dejó conquistar por ella. Hoy es un andaluz más que batalla por el sector turístico de esta tierra.

Hoy Andalucía se identifica con grandes eventos deportivos, turismo de congresos, ecoturismo, turismo cultural, de cruceros o de interior. Opciones todas ellas que permiten articular una oferta menos estacional y extienden la actividad turística durante todo el año. Una premisa fundamental para el desarrollo permanente de actividad y empleo.

Esta amplia capacidad de oferta no está reñida en absoluto con un desarrollo sostenible del sector turístico. Al contrario, la sostenibilidad no es un gasto, sino una inversión, porque solo en la conservación de nuestros recursos naturales y nuestro patrimonio cultural encontramos la garantía de un futuro más próspero.

Tenemos muchos ejemplos de esto en Andalucía. Uno de ellos es el Parador de Carmona, un establecimiento que nos habla de nuestra historia pasada, y a la vez, nos ofrece la gastronomía andaluza más innovadora. Esta es una de las claves del éxito del turismo andaluz y de su potencial: la mezcla de tradición y vanguardia.



Desde el Gobierno andaluz, todos ustedes lo conocen, hemos apostado por iniciativas de acompañamiento al sector turístico que den respuesta a los retos que plantea el nuevo escenario turístico mundial, sobre todo con especial atención a las pequeñas y medianas empresas.

En este sentido, Andalucía Lab o la Comunidad Virtual de Andalucía son herramientas clave para impulsar la competencia y la competitividad de las pymes turísticas.

La Comunidad Turística de Andalucía es la gran central de reservas que mejora nuestra oferta agrupándola bajo la marca Andalucía. Una plataforma que garantiza igualdad de oportunidades en un aspecto tan vital como la promoción y comercialización online del producto.

Por su parte, Andalucía Lab, representa nuestra gran apuesta por la formación y la innovación, con transferencia de resultados de investigación y avances tecnológicos al sector.

Una y otra se complementan, porque el turismo se gana a medio y largo plazo: intensificando el esfuerzo para llegar cada día a más turistas y renovándonos con información y conocimiento permanente.

En este esfuerzo trabaja el Gobierno andaluz junto al mundo empresarial y asociativo. En la anterior legislatura aprobamos la Ley de Turismo y, como saben, actualmente estamos inmersos en el desarrollo del que será nuestro IV Pacto Andaluz por el Turismo.

Un pacto que nos emplaza a más colaboración público-privada con el doble objetivo de mantener el empleo y quebrar la estacionalidad como una característica del sector turístico.



El futuro del turismo está en la calidad, la innovación y la sostenibilidad para fortalecer la competitividad. De todo ello tenemos hoy aquí muy buenos ejemplos. Quiero reiterar mi felicitación a todos los premiados por su trabajo y contribución al desarrollo de esta industria estratégica en Andalucía.

