



Un grupo de turistas en la nueva terminal del aeropuerto Málaga-Costa del Sol. GREGORIO TORRES

La Costa del Sol teme que los recortes en turismo resten pujanza al destino

- Empresarios y sindicatos desconfían del ajuste anunciado en el presupuesto y exigen que se desglose «lo antes posible»
- Rebajar la inversión en el plan Qualifica y en promoción afectaría a la competitividad de la provincia, según la CEA y CCOO

LUCAS MARTÍN MÁLAGA

Los nuevos ajustes anunciados por el Gobierno en materia turística, que supondrán este año una bajada de 150 millones de euros en la inversión en el sector, han despertado el recelo de los empresarios y sindicatos de la Costa del Sol, que temen que los recortes bloqueen los proyectos de promoción y modernización aprobados en la provincia. A falta de concretarse los planes del ministerio, los agentes de la industria ven en la caída del presupuesto una amenaza para la competitividad del destino, que se enfrenta esta primavera al reto de mantener la tendencia al alza de los últimos meses.

El responsable turístico de CCOO en Andalucía, Gonzalo Fuentes, critica que la administración modere su esfuerzo económico en un momento, insiste, en el que el turismo se desempeña como una de las pocas industrias con capacidad para generar

empleo. Además, se pregunta por la posible afección del descenso de la partida –que pasará de 450 a 300 millones de euros– en proyectos necesitados de la inyección gubernamental. En este sentido, alude al plan Qualifica, puesto en marcha con el objetivo de renovar la oferta y las infraestructuras de la Costa del Sol. «Si hay que recortar debe hacerse únicamente en la estructura, en los cargos de confianza», opina.

Fuentes exigió ayer al Gobierno que desglose los ajustes «lo antes posible» y avanzó que el próximo 20 de marzo se entrevistará con la secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, a la que interpellará por las medidas anunciadas el pasado miércoles por el ministerio, entre las que figuran expresamente los recortes económicos. El sindicalista insiste en que, en lo que respecta a la provincia, existen tres áreas que deberían permanecer al margen de la reconfi-

guración presupuestaria: el citado plan Qualifica, la formación y la promoción. De ello, subraya, depende la apuesta real por la calidad turística. «El Gobierno ha entrado en una contradicción severa; con el empleo precario y la bajada de inversión no se puede esperar la excelencia», indica.

Sorpresa en el sector

La primera alusión a los ajustes, proferida por el ministro de Industria, Energía y Turismo, José Manuel Soria, durante su intervención en la feria ITB de Berlín, sorprendió a buena parte del sector, que no se esperaba el movimiento del Gobierno. Miguel Sánchez, de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), considera inoportuno el marco elegido por el Gobierno para trasladar el mensaje. «Es precisamente en una feria donde se necesita transmitir una imagen de firmeza y apoyo a los operadores», resalta.

De acuerdo con Sánchez, presidente del consejo turístico de la patronal, Soria erró en las formas al plantear los recortes en un entorno en el que también se exhiben otros destinos, potenciales competidores y, muchos de ellos, con mayor respaldo financiero por parte de sus administraciones. En este sentido, insiste en que la inversión no debe retroceder en el plan Qualifica y en la publicidad y promoción del destino, que considera fundamentales para resistir el empuje de los nuevos rivales, de los mercados emergentes. «Todos debemos esforzarnos. Los empresarios hemos mantenido los precios y también invertido», alega.

Francisco Moro, vicepresidente de la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), prefiere, por su parte, esperar a que se detallen los reajustes esbozados por el Gobierno. Señala, no obstante, la necesidad de

apostar por cambios en la estrategia de promoción, que, a su juicio, debe desplegarse de manera conjunta y de un modo adaptado a la naturaleza de cada cliente. «No nos podemos obstinar en vender sol y playa a turistas que no les interesa. Hay que estudiar el mercado e insistir en reclamos especializados», razona.

Joaquín Fernández Gamboa, vicepresidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viaje (Aedav), considera que los ajustes deben llevarse a cabo «con sentido común» y con la mira puesta en la eficiencia. «Somos una comunidad de servicios. La acción turística debe ser global y transversal, con implicación presupuestaria de otros ministerios», puntualiza. En su último informe, relativo a los tres primeros años de crisis, Exceltur relacionaba la caída de algunos destinos de playa con la escasez de inversión en la mejora de sus infraestructuras.