

El exedil de Málaga Rafael Rodríguez será el nuevo consejero de Turismo

► El político malagueño sucederá en el cargo a Luciano Alonso con el recelo inicial del sector ► Rodríguez, que fue líder de IU en la provincia y vicepresidente de la Diputación, se enfrenta al reto de pilotar una industria amenazada por la recesión

LUCAS MARTÍN MÁLAGA

■ Se acabaron las especulaciones. Apenas un día después del debate de investidura y de la reelección de José Antonio Griñán en la presidencia de la Junta de Andalucía, los dos partidos que liderarán la nueva administración autonómica-PSOE e IU- se pusieron de acuerdo ayer para propalar el nombre del titular de la consejería con más peso en la provincia, la de Turismo, que, como se aventuraba, será ocupada por la federación de izquierdas y por un malagueño, el exconcejal del Ayuntamiento de Málaga Rafael Rodríguez.

La entrada de Rodríguez, que desplaza en el cargo a Luciano Alonso, responde a las alianzas de gobierno llevadas a cabo entre ambos partidos; Izquierda Unida ambicionaba las competencias turísticas. A principios de semana, parecía ya confirmado que el departamento sería asumido por la coalición, lo que no quedaba tan claro era la persona designada por el partido. Rodríguez, que también fue vicepresidente de la Diputación de Málaga, sorprendió al colarse en una quiniela que parecía agotada con otros líderes malagueños de la formación, José Antonio Castro, que ejercerá finalmente de portavoz de IU en el Parlamento, y Pedro Moreno Brenes, actual concejal de Málaga.

Con el nombramiento del exedil, que se ratificará hoy oficialmente, la Junta cumple con el compromiso tácito de reservar la gestión de Turismo para un político de la provincia. La Costa del Sol acapara el grueso de la oferta hotelera de Andalucía y domina los números de la considerada principal industria de la comunidad, con más de un 35 por ciento de las pernoctaciones anuales. Una cifra que legitima la obstinación del sector en un consejero relacionado con Málaga.

Rodríguez acumula experiencia en cargos representativos de IU. Además de edil y vicepresidente fue parlamentario; en los últimos cinco años ha sido consejero de la Cámara de Cuentas de Andalucía. Ahora afronta el reto de dirigir un departamento erizado por la crisis. El nuevo consejero se asoma al puesto justo en el momento en el que los números amenazan con la entrada en recesión; la Consejería de Turismo ya no es la cartera dulce y se enfrenta a la necesidad, casi urgente, de resolver sus problemas más inmediatos: la pérdida de clientes nacionales y la reorganización provocada por los ajustes.

El exconcejal se adentra en un monstruo con un presupuesto de



El malagueño Rafael Rodríguez durante su etapa de concejal del Ayuntamiento de Málaga. LA OPINIÓN

LOS RETOS

► **Recortes.** El nuevo consejero se enfrenta al desafío de reorientar la acción del departamento para ajustarla a los recortes presupuestarios. Además, tendrá que lidiar con un momento especialmente incierto, amenazado con la recesión.

► **Estacionalidad.** Como todos los que le precedieron en el cargo, Rafael Rodríguez asume las competencias turísticas con la asignatura pendiente de romper con las diferencias entre los resultados de verano y los de otoño e invierno.

► **Crisis nacional.** Uno de los asuntos que más preocupa al sector es el abatimiento de la demanda nacional, que se ha reducido drásticamente desde que se endureció la crisis. El turismo extranjero ya no compensa la caída de este mercado.

► **Continuidad.** Rafael Rodríguez deberá decidir si da continuidad a las líneas estratégicas de su predecesor. Entre ellas figuran algunas que han suscitado un consenso notable, como Andalucía Lab, los planes turísticos o la Comunidad Virtual.

► **Promoción.** Rodríguez se encontrará con un plan de marketing turístico con el horizonte definido hasta 2014 fruto de la colaboración entre la administración regional y los agentes sociales. Igual sucede con el Plan de Calidad hasta 2014.

► **Concertación.** Los últimos años de la consejería se han caracterizado, según el sector, por el consenso y el funcionamiento de la mesa de turismo. Los empresarios y sindicatos esperan que Rodríguez continúe con el mismo espíritu de participación.

más de 200 millones anuales y en el que todos confían como motor para superar la depresión económica. Parte, además, con una desventaja, el recelo de numerosos agentes de la industria, que desconfían del desembarco de un nuevo partido en un departamento que funciona, hasta ahora, con una inercia propia, fruto de la colaboración entre la iniciativa pública y privada.

Recelo del sector

Buena parte de las reservas del sector obedece a las ya dos famosas páginas del programa de IU en la que se despacha el turismo; un documento que apuesta por reorientar los recursos dirigidos a la promoción, precisamente los que los empresarios reclaman como prioritarios para mantener la competitividad de la industria. En su programa, la coalición se quejaba de que el turismo de interior y el

cultural siguen sin recibir un respaldo decidido «en comparación con el de sol y playa»; además, defendía la oferta de los camping y las casas rurales y rechazaba la hegemonía de las grandes ferias, que, en su opinión, tienen «escasa incidencia en la cotidianeidad de la programación turística».

El próximo consejero deberá trabajar desde el primer día para suscitar la confianza del sector y sacudirse la presión de suceder a alguien como Luciano Alonso, al que la mayoría de la industria reconoce como un político de consenso. Rodríguez tendrá que decidir si da continuidad a las principales apuestas de su predecesor; la innovación- en la que destaca el proyecto Andalucía Lab y la Comunidad Virtual- y programas como el Qualifica, que, no obstante, sigue pendiente de las asignaciones presupuestarias del Gobierno central.

Otro de los puntos que quedará por cerrar es la estructura de la empresa pública Turismo Andaluz, buque insignia de la Consejería y desde donde emanan todas las políticas de promoción y se definen las estrategias de marketing turístico, así como la presencia en las principales ferias y mercados emisores. También habrá que esperar para conocer su política en referencia al actual plan de marketing aprobado ya para los próximos años y su decisión sobre los planes turísticos que afectan al 87% del territorio andaluz.

Esos son, sin duda, otros de los desafíos que marcarán la agenda más comprometida del nuevo consejero; la necesidad de poner en marcha la maquinaria turística a pesar de los ajustes anunciados por Rajoy, que ha rebajado el valor de las cuentas destinadas al sector. A Rodríguez le toca, de partida, a la consejería menos boyante que la de

hace cuatro años, con la amenaza de la recesión y el objetivo de mantener los buenos números del turismo internacional. También está obligado a responder a una exigencia que sigue sin resolverse, la del saneamiento integral de las aguas, cuya demanda acumula más de tres décadas de vigencia.

En la mesa del nuevo equipo de gobierno de la Junta, late asimismo la Ley de Turismo, que el anterior consejero dejó aprobada, pero que todavía no se ha desarrollado. El problema de Rodríguez es que no dispondrá de tiempo para aclimatarse; su entrada al cargo coincide con la preparación de la temporada alta, que admite pocos titubeos. Especialmente, si se advierte el último informe de Exceltur, que pronostica pérdidas respecto al pasado año. La industria, menos afectada por la crisis que otros sectores concomitantes, podría entrar en recesión a finales de 2012.