PARLAMENTO DE ANDALUCIA

DIARIO DE SESIONES

Número 274, Serie A VII Legislatura Año 2006

COMISIÓN DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

PRESIDENTE: ILMO. SR. D. JOSÉ MANUEL MARISCAL CIFUENTES

Sesión celebrada el jueves, 21 de septiembre de 2006

ORDEN DEL DÍA

Comparecencias

Comparecencia 7-06/APC-000335, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar acerca de la política del Gobierno en relación con la instalación de grandes superficies y centros comerciales en territorio andaluz, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

Comparecencia 7-06/APC-000421, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre las actuaciones que va a llevar a cabo la Consejería en relación a la presión urbanística en las costas andaluzas y su incidencia sobre el turismo, presentada por los Ilmos. Sres. D. José Luis Rodríguez Domínguez, D. Ricardo Tarno Blanco, D. Salvador Fuentes Lopera, D. Santiago Pérez López, D. Jorge Ramos Aznar, Dña. María Pilar Ager Hidalgo y Dña. María Esperanza Oña Sevilla, del G.P. Popular de Andalucía.

Comparecencia 7-06/APC-000484, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre el Plan de Modernización de los Mercados Municipales, presentada por los Ilmos. Sres. D. Manuel Gracia Navarro, D. Fidel Mesa Ciriza, D. José Muñoz Sánchez, D. José García Giralte, D. Rafael Sicilia Luque y Dña. María Cózar Andrades, del G.P. Socialista.

Preguntas Orales

Pregunta Oral 7-05/POC-000303, relativa a la modificación de la normativa de ferias comerciales andaluzas, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Luisa Ceballos Casas, del G.P. Popular de Andalucía.

Pregunta Oral 7-06/POC-000558, relativa al Director General de Infraestructuras Deportivas, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Luis Rodríguez Domínguez, del G.P. Popular de Andalucía.

Pregunta Oral 7-06/POC-000561, relativa al proyecto de piscinas cubiertas, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Luis Rodríguez Domínguez, del G.P. Popular de Andalucía.

Pregunta Oral 7-06/POC-000588, relativa a la colaboración con Patronatos Provinciales de Turismo, formulada por los Ilmos. Sres. D. Fidel Mesa Ciriza y D. Rafael Sicilia Luque, del G.P. Socialista.

Pregunta Oral 7-06/POC-000591, relativa al Centro Andaluz de Medicina del Deporte, formulada por los Ilmos. Sres. D. Fidel Mesa Ciriza y Dña. Silvia Calzón Fernández, del G.P. Socialista.

SUMARIO

Se abre la sesión a las dieciséis horas, cuarenta y dos minutos del día veintiuno de septiembre de dos mil seis.

Comparecencias

Comparecencia 7-06/APC-000335, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar acerca de la política del Gobierno en relación con la instalación de grandes superficies y centros comerciales en territorio andaluz (pág. 8980).

Intervienen:

Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.
Ilmo. Sr. D. Ignacio García Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

Comparecencia 7-06/APC-000421, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre las actuaciones que va a llevar a cabo la Consejería en relación a la presión urbanística en las costas andaluzas y su incidencia sobre el turismo (pág. 8987).

Intervienen:

Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.
Ilmo. Sr. D. José Luis Rodríguez Domínguez, del G.P. Popular de Andalucía.

Comparecencia 7-06/APC-000484, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre el Plan de Modernización de los Mercados Municipales (pág. 8995).

Intervienen:

Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.
Ilmo. Sr. D. Fidel Mesa Ciriza, del G.P. Socialista.

Preguntas Orales

Pregunta Oral 7-06/POC-000558, relativa al Director General de Infraestructuras Deportivas (pág. 8998).

Intervienen:

Ilmo. Sr. D. José Luis Rodríguez Domínguez, del G.P. Popular de Andalucía.
Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

Pregunta Oral 7-06/POC-000561, relativa al proyecto de piscinas cubiertas (pág. 9001).

Intervienen:

Ilmo. Sr. D. José Luis Rodríguez Domínguez, del G.P. Popular de Andalucía.
Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

Pregunta Oral 7-06/POC-000588, relativa a la colaboración con Patronatos Provinciales de Turismo (pág. 9002).

Intervienen:

Ilmo. Sr. D. Rafael Sicilia Luque, del G.P. Socialista.
Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

Pregunta Oral 7-06/POC-000591, relativa al Centro Andaluz de Medicina del Deporte (pág. 9003).

Intervienen:

Ilmo. Sr. D. Fidel Mesa Ciriza, del G.P. Socialista.
Excmo. Sr. D. Paulino Plata Cánovas, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

Se levanta la sesión a las diecinueve horas, veinte minutos del día veintiuno de septiembre de dos mil seis.

Comparecencia 7-06/APC-000335, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar acerca de la política del Gobierno en relación con la instalación de grandes superficies y centros comerciales en territorio andaluz.

La señora PRESIDENTA

—Empezamos la sesión de la Comisión de Turismo, Comercio y Deporte, dándole la bienvenida, en primer lugar, al señor Consejero, con el primer punto del orden del día, la primera solicitud de comparecencia, propuesta por el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, a fin de informar acerca de la política del Gobierno en relación con la instalación de grandes superficies y centros comerciales en territorio andaluz.

Señor Consejero, tiene la palabra.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señorías, me solicitan comparecer para que informe acerca de la política del Gobierno en relación con las instalaciones de grandes superficies y centros comerciales en el territorio andaluz.

Saben ustedes que el comercio es una de las actividades económicas que genera más riqueza y más empleo, y que además también tiene otros valores, como el de ayudar a vertebrar territorial y socialmente a Andalucía; origina el 10% del producto interior bruto, lo que supone más de once mil seiscientos millones de euros, cantidad que está por encima de lo que aportan otros sectores a nuestra economía, como pueden ser el sector agrario, el industrial o, incluso, la propia Administración pública.

Hay 184.852 establecimientos comerciales en Andalucía, de los cuales el 98'8% son establecimientos con menos de veinte trabajadores. En total, da empleo a más de cuatrocientos ochenta mil andaluces; es decir, el 15% de los ocupados de Andalucía, de los que más de la mitad son mujeres y casi un tercio autónomos, por lo que —como saben— calificamos este sector como una gran fuente de autoempleo.

Además, es una actividad económica en constante evolución, en valores tanto cuantitativos como cualitativos, que aporta beneficios a sectores vinculados más o menos, como es el turismo, que ya concentra más del 16% del gasto de quienes nos visitan.

Haciendo mención al sector minorista, que es lo que más nos interesa y nos ocupa, las ventas al por menor siguen creciendo a buen ritmo. De hecho, durante 2006 se han aumentado a una media mensual de un 4'4%, en el período enero-julio, a un nivel similar al del conjunto nacional y también al de años anteriores —particularmente, al del año anterior—, lo que refleja la capacidad del sector comercial para adaptarse a los cambios y nuevos estilos de vida que plantean nuevas necesidades, nuevos gustos y también que presentan nuevos comportamientos ante el consumo.

Atendiendo a todos estos aspectos, podemos decir que el sector comercial andaluz está asumiendo el reto de la modernización y su reestructuración, al tiempo que busca el equilibrio para que sea posible la convivencia de los nuevos formatos con el comercio tradicional, que es muy mayoritario, como han podido deducir del porcentaje que anteriormente les he indicado, en Andalucía.

Hacia estos aspectos se orienta la política comercial del Gobierno andaluz, cuyo principal objetivo es el desarrollo de un sistema comercial que sea, además de equilibrado, competitivo y eficiente, que atienda de forma especial a las pymes, a las pequeñas y medianas empresas comerciales de Andalucía. Y lo hacemos a través del consenso y la concertación social, tanto en los instrumentos, en la concepción y elaboración de los instrumentos, así como también en su desarrollo. Así, por ejemplo, la Ley del Comercio Interior de Andalucía, el II Plan de Fomento Integral del Comercio Interior —que está vigente hasta finales de año— o el Plan Andaluz de Orientación Comercial han sido documentos consensuados y pactados con los agentes económicos y sociales.

De este marco general parten las medidas normativas que buscan favorecer el equilibrio entre las pymes y las grandes superficies, y también, y sobre todo, atender los intereses de los consumidores. Algunos de los asuntos que hemos tratado, como conocen, son la limitación de apertura al público de ocho domingos y festivos en todo el año, y las 72 horas semanales; la libertad de apertura para establecimientos inferiores a trescientos metros cuadrados, incluyendo aquéllos que pertenezcan al grupo de la distribución, es decir, que no sean pequeñas empresas independientes; la exigencia de solicitud de licencia comercial preceptiva para instalar, ampliar, trasladar o cambiar de actividad los grandes establecimientos comerciales.

Estas políticas, además, están apoyadas por línea de subvención, que el año pasado atendieron a todas las peticiones formuladas por las asociaciones de comerciantes, también por los Ayuntamientos y a cerca de dos mil quinientas empresas, hasta totalizar los 37.300.000 euros para atender a 2.854 proyectos; eso ha permitido generar una inversión de casi setenta y cinco millones de euros, que han ido, de manera exclusiva, a favorecer al comercio tradicional. Más de 19´5 millones de subvenciones para urbanismo comercial, destinado a 209 Ayuntamientos —el 27% de los que tenemos en Andalucía—, casi tantos como se atendieron entre los años 2003 y 2004 juntos. Tres millones ochocientos mil euros para fomentar la cooperación entre comerciantes andaluces, con ello hemos atendido la solicitud de las demandas de 188 asociaciones; catorce millones de euros a modernización, directamente, de pequeñas y medianas empresas comerciales —hemos llegado a 2.358 pymes andaluzas—.

En el desarrollo de la Ley 1/1996, que como saben es la Ley de Comercio Interior de Andalucía, se

elaboró el Plan Andaluz de Orientación Comercial como documento de diagnóstico del sector comercial, que permite la evaluación del equipamiento comercial, dependiendo de la zona afectada, valorando su integración en la estructura comercial existente y su posible impacto, para garantizar de este modo la idoneidad de la instalación de la gran superficie allá donde se pretende.

Para la concesión de licencias comerciales por parte de la Junta de Andalucía, se utiliza un procedimiento participativo y transparente a través de la representación del sector en la Comisión Andaluza de Comercio e Interior, la CACI, que no hay que olvidar que ha informado favorablemente todas las licencias que han sido concedidas por la Consejería, en base a este instrumento puesto en marcha desde la Consejería en el año 2003 para facilitar el análisis objetivo en función de la relación existente entre oferta y demanda comercial en cada una —como saben— de las 52 zonas comerciales existentes en Andalucía.

Como ya hemos apuntado anteriormente, la actividad del comercio minorista está en constante evolución, y en Andalucía, particularmente, se caracteriza por un gran dinamismo: incorporándose en el territorio andaluz una gran diversidad de formatos comerciales especializados, un mayor consumo en productos no alimentarios y un incremento en las distintas recorridas en los desplazamientos para adquirir productos que no son cotidianos ni de consumo diario, o de gran frecuencia. Es por ello que, desde la Consejería, se iniciaron los trabajos técnicos, con el asesoramiento de expertos en la materia, con el fin de elaborar ya un nuevo diagnóstico que se ajuste más a la realidad existente.

El Plan Andaluz de Orientación Comercial, el PAOC, cuya vigencia finaliza el 28 de junio de 2007, está ultimando ya el objetivo marcado, y debe ser, por tanto, sustituido por un nuevo documento que tendrá vigencia en los próximos años. En la actualidad, este nuevo documento cuenta ya con el consenso de los agentes económicos y sociales andaluces, todo ello debatido y trabajado en el seno de las mesas de comercio, con importantes incorporaciones que se han hecho por parte de los representantes de los empresarios y de los sindicatos en el marco de la concertación.

El pasado 7 de julio di la orden de inicio de la tramitación del decreto por el que se aprobará el nuevo Plan Andaluz de Orientación Comercial —en adelante, PAOC—, encontrándonos en este momento recogiendo las sugerencias que mejorarán el documento en la fase de diagnóstico; aportaciones que van a ser, posteriormente, enriquecidas en proceso de tramitación que resta todavía hasta la aprobación del decreto.

Con esta revisión, pretendemos adecuar a la realidad, al momento presente, el mapa andaluz de oferta y demanda comercial, facilitando la actuación sobre importantes intereses; es decir, para que las Administraciones públicas podamos conocer con precisión cuál es la situación en cada zona y cómo actuar en cada momento, en defensa de los intereses generales de nuestros ciudadanos.

¿Qué pretendemos? Pretendemos la promoción de un sistema de distribución eficiente, que no esté saturado, que sea fruto de la concurrencia de dichas modalidades comerciales, para garantizar la pluralidad y la diversidad comercial, a la vez que evitar que se destruya el tejido comercial tradicional. También pretendemos el mantenimiento del equilibrio entre los intereses de todos los actores que hay presentes en el sistema comercial andaluz, para evitar posiciones de dominio. Igualmente, pretendemos la adecuada ubicación espacial de las grandes superficies, teniendo en cuenta cuáles son las pautas de consumo que cambian y, también, cómo evoluciona demográficamente nuestra Comunidad Autónoma.

La mejora del nivel de servicios es otra de las tareas que pretendemos, igualmente, abordar y mejorar, de los servicios ofrecidos a los consumidores y a sus intereses económicos, facilitando el acceso al abastecimiento de bienes y servicios, la calidad de la oferta y, cómo no, los mejores precios.

Además, el nuevo PAOC tendrá en cuenta, a la hora de valorar las peticiones de licencia comercial de grandes establecimientos comerciales, los siguientes principios: el crecimiento gradual de la estructura comercial, evitando un desarrollo desproporcionado y que produzca desajustes, desequilibrios y problemas en la oferta comercial andaluza.

También, tenemos intención de que se produzca una modernización progresiva del comercio urbano a través, cómo no, de lo que estamos viendo, de las nuevas tendencias, como son, por ejemplo, la especialización. Igualmente, el mantenimiento y la creación de empleo de calidad en el sector comercial, y la promoción de la libre competencia, evitando situaciones monopolísticas en el mercado.

Para ello, el PAOC se dota de los elementos necesarios para garantizar el cumplimiento de los principios y objetivos que les he comentado. Incorpora novedades muy interesantes con respecto al que está actualmente vigente. Por ejemplo, produce, este nuevo documento, una profunda revisión del mapa comercial, que se actualizará anualmente, en vez de como ocurre ahora, que en la actualización prevista era una actualización en el período de vigencia: en los cuatro años. Ahora vamos a actualizarlo de manera anual.

Se establecen 52 zonas comerciales básicas, sobre las que se ha realizado un balance comercial adaptado a formatos comerciales —es decir, por segmentos—, con predominio de alimentación; y nueve zonas agregadas a efectos de elaboración, de balances comerciales diferenciados, de formato comerciales no alimentarios. Es decir, hemos entrado en un trabajo mucho más pormenorizado, para poder ver el equilibrio no sólo entre los grandes sectores comerciales —como puede ser el de la alimentación—, sino también por subsectores, con el objetivo de que, como hay un proceso de especialización, tampoco se produzcan desequilibrios en esos nuevos establecimientos comerciales especializados.

Esto supone que, por primera vez, se realicen balances comerciales específicos —como les decía— por sectores y formatos, relacionando la oferta y la demanda en términos porcentuales, para, a partir de este nivel de conocimiento, medir cuál es la saturación que hay en cada zona, para, de esta manera, conceder o no la licencia. Concretamente en los siguientes formatos: establecimiento con predominio de alimentación, gran almacén, centro comercial de detallista, centro comercial de fabricante y establecimientos comerciales especializados, equipaje de la persona, equipamiento del hogar, bricolaje, deporte y juguete, jardinería, ocio y cultura, y automóvil.

Otra de las propuestas novedosas del nuevo plan es la definición de un nuevo sistema para la valoración de las solicitudes, basado en elementos reglados mediante la graduación obligatoria de cuatro criterios básicos que se miden a través de procedimientos objetivos.

Primero: ¿Cuál es el balance comercial en la situación actual? ¿Cuál es el balance comercial, una vez implantado ese establecimiento, es decir, en el escenario futuro? ¿Qué impacto produce, por consiguiente, en la estructura comercial preexistente? Y ¿cómo se puede adecuar eso a la estructura comercial urbana? Cuestión, ésta última, que tiene una gran importancia para evitar que el comercio tenga que salir de zonas históricas, tradicionales de las ciudades andaluzas, donde da vida, además de generar riqueza y empleo.

Además, se valorarán las medidas de integración adoptadas por el promotor del establecimiento, para evitar efectos negativos en esa estructura comercial existente que pretendemos preservar.

Por tanto, señorías, este nuevo plan de orientación comercial es mucho más objetivo, es más flexible, y pretendemos que sea un instrumento para facilitar el trabajo de la Consejería en la mejora de la eficiencia del sistema comercial andaluz, complementándose con otras iniciativas —que ustedes conocen perfectamente— que van dirigidas a garantizar el mejor funcionamiento de nuestros pequeños y medianos establecimientos comerciales y a las que hice referencia al principio de mi intervención.

Esas iniciativas se van también a actualizar, porque son el objetivo de ese III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía, que va a tener como vigencia el período 2007-2010, y que en estos momentos, y coincidentemente con el PAOC, también estamos elaborando con los agentes económicos y sociales para que sea, de nuevo, un motor de mejora, de impulso y modernización del sector comercial andaluz, del comercio tradicional andaluz.

Nada más, y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

A continuación, tiene la palabra el portavoz del Grupo proponente, señor García Rodríguez.

El señor GARCÍA RODRÍGUEZ

—Sí. Gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, gracias por su comparecencia y por su información; comparecencia que creo que está articulada en torno a un buen cuerpo teórico, pero que realmente nos parece que adolece de la falta de un análisis previo —yo diría previo— y objetivo sobre la incidencia en términos generales de las grandes superficies comerciales sobre el comercio tradicional andaluz.

Estamos hablando de todos esos datos que usted da, que son, digamos, heredados, arrastrados de una tradición cultural, que pasa por el pequeño comercial y que tiene mucho que ver, bueno, pues, con nuestra —digamos—, incluso, relación con la cultura árabe. Esa reflexión y ese análisis que pensamos, que no se ha llegado a hacer todavía por parte de la Junta de Andalucía, deberían basarse, sobre todo, en el impacto, impacto de carácter cultural que cada una de las grandes superficies tiene, bueno, en primer lugar, sobre el empleo. Hay cifras que se manejan..., que vienen a decir que, a igualdad de inversión, el pequeño y mediano comercio, sobre todo el pequeño, crea del orden de cinco veces más empleo que la gran superficie.

Debería ir esa reflexión o ese análisis sobre el impacto en el consumidor, en la medida en que la presencia de grandes superficies comerciales, al final, suele o corre un riesgo importante por delimitar la libertad de elección del consumidor, especialmente con las llamadas marcas blancas.

Viene también o debería también analizarse el impacto sobre los productores. Visiten ustedes cualquier cooperativa agraria de nuestra tierra, y verán cómo se encuentran fuertemente condicionados porque sus clientes se han quedado reducidos a dos, tres grandes superficies, que marcan el producto, que marcan la forma de pago y que marcan hasta el calendario de entregas de una manera que les limita tremendamente el margen de maniobra.

Evidentemente, habría que hablar también de la calidad y habría que hablar también de la libertad de elección del consumidor, como decía al principio.

Hay otro elemento que nos da la sensación de que no se ha tenido suficientemente en cuenta a la hora de diseñar la política general de la Consejería en materia de grandes superficies, como es el tema de la importancia del pequeño comercio en los cascos históricos de nuestra ciudad o en el casco urbano de nuestra ciudad. Le podíamos citar múltiples ejemplos, que seguramente usted conoce, de cómo la degradación que sufren muchos de nuestros casos históricos por el vaciamiento, especialmente a partir de la hora que consideramos administrativa, es decir, de las tres de la tarde, en que cierran bancos, oficinas y similar, los cascos históricos se vacían. El que mantenía una actividad era el comercio, pero el comercio se ha visto engullido por las grandes superficies, por lo que esa actividad, esa luz desparece y nuestros cascos históricos se degradan.

Pensamos —insisto—, sinceramente, en que ese tipo de análisis previo —que debe generar unas fórmulas, unas ecuaciones que permitan valorar el impacto en cada zona de las superficies comerciales— lo echamos de menos, lo echamos de menos, parece que falta en Andalucía.

Ha basado usted su intervención —y, de alguna manera, lo que entendemos va a ser la nueva política comercial— fundamentalmente en dos proyectos: el nuevo Plan Andaluz de Orientación Comercial y el nuevo Plan Integral Comercial Andaluz, todos ellos con vigor previsto a partir de 2007. Y ha hablado usted de que, en su elaboración, ha presidido el consenso, fundamentalmente, con los agentes sociales. Nos sorprende, porque tenemos aquí una serie de notas, en concreto de..., bueno, la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía, la CECA —son referencias del mes de enero, en estos términos relativamente recientes—, que critican fuertemente la decisión de la CACI, de aprobar nueve expedientes para grandes superficies comerciales en Andalucía, de ellos tres en Cádiz.

Según manifestaciones del señor García Izquierdo: «La política llevada a cabo por esta Consejera en materia de implantación de grandes superficies se aleja cada vez más del fin o del objetivo de garantizar el equilibrio entre los distintos formatos que coexisten o que deben coexistir en nuestro tejido comercial». En el mismo sentido, se quejaba en esa fecha el Secretario General de la Federación Provincial de Comercio, en concreto de Cádiz, CEDECO, y mostraba su malestar por la autorización de tres nuevos grandes establecimientos comerciales en Cádiz, que sumaban en su conjunto más de 22.000 metros cuadrados. Gran parte de este malestar, a parte de por los hechos objetivos en sí de la aprobación, de importancia cuantitativa tan grande, de estas grandes superficies, se apoyaba en que la Consejería ni siquiera se había dignado a contestar a las alegaciones presentadas por las Confederación Empresarial de Comercio.

Y, bueno, le puedo citar casos concretos en donde esto ha ocurrido también, con la ampliación reciente de una cadena deportiva en el Puerto de Santa María, donde ni siquiera se han contestado las alegaciones presentadas por la asociación de comerciantes locales.

Según datos facilitados por la propia Confederación de Empresarios del Comercio Andaluz, los grandes formatos copan ya el 30% del suelo comercial y solicitaban —no sabemos si eso está contemplado en el nuevo PAOC— una fijación de un cupo anual de metros cuadrados para nuevas licencias. Sobre el PAOC, digamos, nos sorprende también esta posibilidad de revisión anual de los planteamientos, en la medida en que entendemos que las planificaciones deben hacerse a más medio plazo o largo plazo, porque evidentemente revisar todos los años es, prácticamente, no disponer de un horizonte de planificación en el tiempo suficientemente importante.

Evidentemente, estas quejas vienen por una distribución asimétrica de las grandes superficies comerciales, en la que da la sensación de que la Consejería va un poco a remolque de los intereses o de las solicitudes de las grandes superficies. Está el dato, por ejemplo, de que tres núcleos concretos de Andalucía —Cádiz, Málaga y Sevilla— suman algo menos del 59% de la población andaluza y, sin embargo, reúnen el 70% de las grandes superficies. Es evidente que en esas tres zonas, repito, Cádiz, Málaga y Sevilla —Bahía de Cádiz; Málaga, el entorno de la ciudad, y Sevilla, la aglomeración urbana—, hay un cierto desequilibrio en relación a la población: parece ser que han marcado las pautas, evidentemente, las grandes superficies comerciales.

Bien, si nos vamos a los datos de los últimos años, y usted ha dado una serie de datos —permítame que le apunte otros datos que hemos podido obtener—, bueno, pues la distribución por provincias, entre los años 2003 y 2005, ha sido francamente desequilibrada: tenemos 30.000 metros en Almería, —[...] de metros de superficie efectiva de venta al público—; 77.000, en Cádiz; 3.000, en Córdoba; 33.000, en Granada; 55.000, en Huelva; sólo 33.000 en Jaén; 147.000, en Málaga, y 94.000, en Sevilla. Es decir, las provincias andaluzas, incluso admitiendo las diferencias de población, que no se corresponden con esto, evidentemente, no se corresponde, no son proporcionales, se mueven en un margen que van de los 3.281 de Córdoba a los 30.000 de Almería y Jaén, a los 150.000 de Málaga, 70.000... Hay dos grandes zonas en Andalucía donde, evidentemente, se están volcando en este momento y desequilibrando las solicitudes y la implantación de grandes superficies comerciales.

Bien, si nos movemos por años, si planteamos los datos por años, parece, evidentemente, que, desde que este Gobierno..., es decir, desde 2004, este Gobierno del señor Chaves, su presencia en la Consejería, se ha producido un disparo importante de concesión de licencias y de apertura de grandes superficies comerciales. En el año 2003, desde junio, tenemos contabilizado 37.000 metros; en el año 2004, la cifra se dispara a 251.000 metros cuadrados el total de licencias concedidas, y, en el año 2005, la cifra se mantiene en 187.000. Es decir, entre el año 2003 y el año 2005, se ha producido tres veces más licencias de apertura de grandes superficies comerciales. Si nos vamos al año 2004, hablamos de cinco veces más... Perdón, me he equivocado: son cinco veces más entre el año 2003 y el año 2005, y podíamos ir a las ocho veces entre 2003 y 2004. Evidentemente, con estas cifras por delante, resulta difícil hablar de progresividad, resulta difícil hablar de implantación racional y progresiva para evitar impactos fuertes en el pequeño y mediano comercio.

Los datos..., bueno, están aquí, y nos resulta difícil de entender que se hable, primero —insisto—, de consenso, cuando es evidente que hay quejas importantes, y, sobre todo, nos urge una pregunta o un planteamiento, o no sé si llamarlo sugerencia o petición, que le hacemos, y es, a la vista de estos resultados y a la vista de los cambios importantes, incluso metodológicos, que usted ha anunciado en el nuevo PAOC y en el nuevo Plan Integral Comercial,

en el III Plan Integral Comercial, si no hubiera sido más razonable, o si no es más razonable ya, esperar a la implantación de esos cambios, y no plantear estas enormes cifras, estas monstruosas cifras, de instalación de grandes superficies, especialmente en algunas zonas.

Si, efectivamente, nos damos cuenta de que son necesarios nuevos criterios objetivos para la concesión de licencias; que, si es necesario analizar nuevos parámetros, nuevas variables, incluidos balances comerciales por sectores —no de manera global, que todo se camufla en las grandes cifras y en las grandes estadísticas—; si a todo eso llegamos a la conclusión de que es necesario implantar en 2007, resulta difícil de entender la prisa, la carrera, la velocidad que se están dando en cuanto a la implantación de grandes superficies en estos últimos años; una implantación que, insisto, o una política, que parece haber dado un golpe de timón importante en este último Gobierno, coincidiendo con su presencia —yo siempre prefiero hablar de Gobierno que de Consejerías, porque estas decisiones no parece que se tomen por el conjunto del Gobierno—, pero, además, han aumentado, y en gran manera, el tamaño de cada superficie comercial. En Gobiernos anteriores podía situarse en el entorno de los diez mil metros; hoy es relativamente frecuente el hablar de cincuenta, e incluso de cien mil metros, con lo cual yo insisto: A la vista de que nos parece que no hay un análisis serio y objetivo sobre el impacto real que supone la implantación de una gran superficie en el pequeño y mediano comercio, nos parece que vamos un poco a la deriva en este sentido, que la política del Gobierno de la Junta, en ese sentido, va un poco a la deriva.

Muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor García Rodríguez.

A continuación tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Muchas gracias, señora Presidente. Señora Presidenta, perdón.

Señor Diputado, mire, esto es parte del trabajo de análisis que se ha hecho para elaborar el nuevo Plan Andaluz de Orientación Comercial. En este trabajo figuran datos y se contiene información muy detallada acerca de los diferentes impactos que se han venido produciendo en nuestro territorio, y de cómo eso, pues está afectando al crecimiento de nuevos establecimientos, al empleo, etcétera, etcétera. Y por territorios, por territorios, de manera muy pormenorizada. Es cierto que hay algunos aspectos, que usted ha apuntado, que difícilmente se podían contemplar e incorporar a este documento, como es, por ejemplo, el impacto sobre los productores.

Mire usted, el impacto sobre los productores es un asunto... Yo he sido Consejero de Agricultura, y los principales afectados en este sentido son, precisamente, los agricultores y sus cooperativas. Es un asunto este muy complejo, en el que se han hecho numerosas propuestas, pero que, desde luego, necesitaría una regulación comunitaria, para defender, desde mi punto de vista, a quienes tienen más fragilidad ante los grandes operadores comerciales, que son aquellos que proveen alimentos frescos, ¿eh?, porque toda la industria agrícola transformadora, pues usted sabe que, en muchos casos, son grandes empresas que tienen una gran capacidad en sus relaciones, para negociar en sus relaciones, con los operadores comerciales grandes. De manera que éste es un asunto muy complejo que en ningún caso cabe aquí.

Y estoy de acuerdo con usted en que, desde la perspectiva de cuidar a los agricultores, de proteger determinadas producciones agrarias, sobre todo para garantizar calidades también... A mí parece que ahí habría que avanzar, pero esto es un asunto complejo que necesita regulación comunitaria, y una regulación delicada para evitar que se afecte a la libre competencia. Éste es un asunto que aquí, desde mi punto de vista, no cabe. Pero todo lo demás está analizado aquí. Por ejemplo, el impacto sobre los consumidores, sobre su libertad para elegir el lugar donde comprar, sobre los cascos históricos, sobre el pequeño comercio... Todo está aquí y está por zonas, por territorios, de manera que en ningún caso en cualquier otra Comunidad Autónoma española existe un documento como este. De verdad, el nuevo PAOC va a ser...

Y, de ese nuevo Plan Andaluz de Orientación Comercial, de ése sí que somos nosotros responsables y autores; el otro estaba ya hecho, ¿verdad? Nosotros hemos continuado su aplicación. De éste sí le puedo decir que somos responsables, coautores, y nos sentimos muy orgullosos, porque no hay nada igual en el análisis de la relación que existe entre demanda y oferta para adoptar decisiones. Yo creo que es lo que técnicamente se ha hecho más y mejor elaborado en nuestro país.

En fin, éste es un asunto sobre el que vamos a tener ocasión de discutir, o van a tener ocasión de discutir sobre él en el futuro; pero, en cualquier caso, sí que le quiero decir que hay un análisis previo, objetivo, de enorme calidad técnica, que sustenta todo lo que yo acabo de decirle, y, desde luego, le dará soporte al nuevo plan de orientación comercial y al decreto que lo va a poner en funcionamiento.

Usted comentaba que había que cuidar la situación del pequeño comercio para evitar que se produzcan desequilibrios y perjuicios. Mire, yo creo que la mejor manera de saber si realmente se está afectando el pequeño comercio o no es contar con datos sobre el crecimiento de los establecimientos comerciales de pequeño formato, datos sobre empleo, para ver si eso una cuestión retórica o si tiene algo de verdad. Porque, si no, usted dice eso y yo sostengo lo contrario, y, al final, pues son palabras, ¿verdad?

Mire, en el período 1999-2003, donde las cosas eran algo más frágiles que en el momento actual —porque estamos perfeccionando también nuestra política comercial—, se crearon 8.377 nuevos establecimientos. De esos 8.377 nuevos establecimientos, 29 sólo eran grandes superficies, 8.348 eran establecimientos de pequeño formato. De manera que usted tiene, en estos datos, la prueba de que el pequeño comercio no está languideciendo, se está renovando, y, en muchos casos, reconvirtiendo, porque también es ése un proceso natural, incluso si no hubiese grandes superficies; cosa que es impensable en cualquier país desarrollado, en cualquier sociedad que tenga un nivel similar al nuestro.

En el empleo. Pues, mire —y además datos más próximos—, según la EPA, el sector comercial andaluz empleaba en 2004 a 422.000 personas, un 20'4% más que en el año 2000 y un 10'44% más —fíjense— que en 2003. En sólo un año se creció casi un 10'5%. Y usted sabe que el crecimiento del empleo está fundamentalmente en el pequeño comercio, que es el que tiene porcentualmente la inmensa mayor parte de las personas que realizan su actividad en este sector.

Estos datos son datos absolutamente objetivos, que usted puede consultar, y ponen de manifiesto que, frente a lo que usted, intuitivamente, puede sospechar, la realidad dice algo bien distinto.

La situación en algunas zonas es verdad que puede ser más crítica. Por ejemplo, hay centros históricos —y usted ha hecho referencia a ellos—, lugares, donde es difícil llegar, donde hay un problema de accesibilidad que dificulta la acción comercial de los establecimientos de la zona. Pero eso es otro problema que afecta al comercio, es otro problema, en el que también estamos tratando de incidir, también estamos tratando de incidir, precisamente, con esas ayudas que damos para urbanismo comercial, con el objetivo de hacer que esos centros históricos, que esos lugares, que tienen un gran valor, puedan tener las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad comercial, puedan ser lugares con encanto, mucho más atractivos que las grandes superficies.

Y estamos ahora trabajando, dentro de este tercer plan —al que he hecho referencia en mi primera intervención—, en lo que denominamos «centros comerciales abiertos de segunda generación». Los centros comerciales abiertos de segunda generación van a ir, precisamente, a esos lugares de valor monumental, a esos lugares que tienen una función primordial para darle vida, para darle mayor dimensión a nuestras ciudades, sobre todo a las ciudades que tienen relevancia patrimonial. Se trata de tematizar esos espacios, para que sean infinitamente más agradables el paseo y las compras por esos lugares que hacerlo en cualquier gran superficie, con comercios especializados, que puedan integrar todos los servicios; servicios muy sofisticados, como pueden ser tarjetas de compra, como pueden ser servicio a domicilio..., muchos servicios que necesitan también una articulación eficiente de los empresarios, de las empresas y de los que dirigen estos comercios, para que de esa articulación se pueda derivar ese tipo de nuevos servicios que demandan nuestros clientes. Ésa es una de las nuevas ideas que estamos incorporando a este tercer plan, que sí es el que estamos elaborando nosotros. El segundo plan estaba elaborado, y a mí me parece que ha funcionado razonablemente, muy razonablemente. Tengo aquí los datos, pero, si usted quiere, yo se los paso ahora después, y no les canso con cifras y datos que pueden también, incluso, sonar a algo..., en fin, de autobombo, algo que puede sonar... Porque las cifras son buenas, se lo digo con sinceridad.

De manera que estamos muy interesados en lo que usted decía, en hacer las cosas lo mejor posible, en hacerlas de manera consensuada con el sector, no sólo con los agentes económicos y sociales, sino también con los colectivos que representan a los comerciantes. Colectivos que a veces critican. Pues sí. Yo lo tengo que reconocer, que es verdad que han aparecido en ocasiones manifestaciones de ese tipo; pero la realidad es que, en el seno donde se adoptan las decisiones, de apoyo o no, para autorizar estos nuevos operadores, que es en la CACI, ¿eh?, en la Comisión Andaluza de Comercio Interior, en el seno de esa comisión, prácticamente siempre la decisión es por unanimidad, y, cuando no, es por una mayoría muy amplia. Y ahí están todos, ahí está también la CECA, a la que usted ha hecho referencia, la Comisión de Empresarios..., la Confederación de Empresarios del Comercio Andaluz, que son los pequeños comerciantes. Ahí están ellos, y ellos agrupan e integran a Fedeco y a todas las federaciones provinciales. ¿Comprende usted?

Yo entiendo que a veces, pues es verdad que puede haber dificultades, porque hay colectivos que se puedan sentir molestos o puedan tener inquietud por que se instale una gran superficie, y que hagan manifestaciones. Es lógico. Pero la realidad es ésta, ¿eh?, y nosotros no hemos actuado en ningún caso. Yo no he firmado ninguna autorización en contra de la opinión de la CACI, ¿eh?

De manera que vaya por delante esta información, que es la que se ajusta al contenido de esos encuentros de esa Comisión Andaluza de Comercio Interior.

Y hay otra cuestión que me interesa destacar, porque decía usted que puede ser negativo el que se revise anualmente la relación existente entre oferta y demanda en cada una de las 52 zonas comerciales andaluzas. Es verdad que eso va a dar más trabajo; pero, con la enorme actividad y viveza que tiene este sector, si no hacemos esa revisión anual —y es algo que hemos podido ver en estos años—, si no se hace esa actualización permanente de esos datos, podemos ser enormemente injustos, porque en tres, cuatro años, se producen cambios muy intensos en la relación oferta-demanda, y es necesario no adoptar decisiones en tres, cuatro años. Sí, por eso, pero nosotros queremos, incluso, que las revisiones sean anuales, para que no haya lugar a equívoco. Supone un sobreesfuerzo, ¿verdad?, pero es necesario ese

sobreesfuerzo. Y con esto está todo el mundo de acuerdo, empresarios y sindicatos, está todo el mundo de acuerdo. Empresarios, donde están los grandes y los pequeños, porque de esa manera vamos a tener siempre la foto del momento, y no es una foto ya sepia, como ha ocurrido con el actual PAOC, donde hemos visto, ¿verdad?, que la foto se nos quedaba un poquito antigua, teníamos los pelos muy negros todavía y tenían una serie de características que no se ajustaban a la realidad. Por eso le digo que yo creo que es una virtud, no es un defecto. Donde usted ha visto un defecto, yo creo que hay una gran virtud, que es la actualización permanente.

Y, por último, decirle algo que es puntual y que usted comentaba, en fin, de una manera políticamente interesada. Usted está en su perfecto derecho de hacerlo, como es lógico, nada más lejos..., pero yo también le tengo que decir con la verdad, claro, porque en 2003 da usted una cifra de crecimiento de superficie que es baja porque, en 2003, había una moratoria, hubo una moratoria hasta 2003, y durante el período de la moratoria no se concedieron nuevas licencias. Por lo tanto, la superficie en 2003 creció poco porque la moratoria acabó en junio de 2003, y mientras que se inician las nuevas solicitudes, se resuelven y tal, pues hay poca nueva superficie. Mientras que 2004 y 2005 han sido años en los que ha habido una demanda que usted, en sus cifras, indica que ha sido sostenida en cuanto a crecimiento de nueva superficie.

Pero, fíjense, otra de las virtudes del nuevo documento que hemos elaborado. Hasta ahora, el actual PAOC no discriminaba por ámbitos comerciales. Y no es lo mismo el sector agroalimentario y los productos que se venden —perdón, el sector de la alimentación, que es distinto al agroalimentario, mucho más amplio—..., los productos que se venden de consumo diario, como son los de aseo, etcétera, que no es lo mismo eso que, por ejemplo, lo relativo al deporte, todo este conjunto de nuevos establecimientos que han ido apareciendo en los últimos años. Como ya sobre eso hay demanda, y nosotros lo que queremos es que el pequeño comercio se especialice, si no hacemos un análisis por sectores, no damos oportunidad al pequeño comercio a que se pueda seguir especializando, ¿comprende usted? Por eso hemos metido esa importantísima novedad en el PAOC, que es la de analizar por segmentos la realidad comercial andaluza; por segmentos y por territorios.

Es decir, difícilmente, ¿verdad?, se va a encontrar con una aproximación técnica más fiable que la que estamos elaborando.

Muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

A continuación tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, no sin antes rogarle la mayor brevedad posible en su turno de réplica.

El señor GARCÍA RODRÍGUEZ

—Sí, gracias, señora Presidenta. Va a ser muy breve porque, además, me tengo que ir a otra Comisión de inmediato.

Simplemente, solicitarle que, si le es posible, nos traslade esos datos. Ahora me tengo que ir, pero se pueden hacer llegar al Grupo cuando lo crea conveniente.

Y manifestarle también, bueno, que las grandes cifras que usted ha citado, por ejemplo, en términos de crecimiento en establecimientos y creación de empleo no las dudamos de manera global. Sí tenemos nuestras dudas sobre si se hacen sectorialmente y, sobre todo, si se hacen comarcalmente. Estamos seguros de que en algunas zonas, como la propia bahía de Cádiz y algunas ciudades en concreto, han sufrido el pequeño y mediano comercio un importante impacto con la instalación de grandes superficies. En ciudades como El Puerto de Santa María, con 693 metros cuadrados de gran superficie cada 1.000 habitantes, desde luego, resulta difícil pensar que el empleo del pequeño y mediano comercio se ha mantenido.

En cuando a la CACI, la Comisión Asesora de Comercio Interior —me parece que eso significan esas cifras—, decirle que creemos, sinceramente, en la CACI, ¿eh? O sea, como llamada a representar un papel. Lo que pasa es que yo no sé qué ocurre en la CACI, sinceramente, le planteo mis dudas. Actas hay por ahí donde hay ocho opiniones en contra de una determinada instalación y sólo cuatro votos en contra. Yo no sé qué está ocurriendo; actas hay. Sí, sí, así de claro. O sea, no es comprensible, como usted mismo dice, que la CECA presente reclamación o presente protesta, y el representante de la CECA, a lo mejor, en la CACI ha votado favorablemente a estas mismas propuestas. Yo creo que es un fenómeno digno de analizar.

Y, en este sentido, también yo me atrevería a hacer una pregunta: todas las licencias concedidas por la Consejería habían sido previamente informadas favorablemente por la CACI. ¿Se ha concedido o se ha denegado alguna, también informada favorablemente, o no, por otros motivos?

Diría más: la CACI, ¿en qué proporción, porque me parece escasísima, ha denegado licencias? Porque es que da la sensación de que, en los últimos años —y hablo del 2004-2005 para acá—, la CACI, prácticamente, aprobaba todo, prácticamente.

Por tanto, creo que serían datos que nos permitirían contribuir a fijar la objetividad o un poco el funcionamiento de la CACI.

Y, finalmente, lamentar también, y en este sentido le hemos visto muy callado, la pérdida de poder o de influencia que la reciente modificación de la LOUA y la Ley de Comercio aprobada por este Parlamento —no sé si fue en noviembre la última de las modificaciones, a partir de la Ley de VPO y demás— le han quitado, precisamente, capacidad de intervención a su Consejería y a la CACI, al no hacer vinculante el

informe previo para los planeamientos urbanísticos nuevos planteados.

Muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor García.

Para cerrar el debate de la iniciativa, turno ahora del señor Consejero, rogándole que, en este caso, sí se ajuste al tiempo y sea lo más breve posible.

Muchas gracias.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señora Presidenta.

Es verdad que la situación no es homogénea, lleva usted razón en que no es igual el crecimiento de empresas en unas zonas andaluzas que en otras, es verdad. Eso también depende del propio dinamismo demográfico. Hay zonas donde hay más demanda, ¿por qué? Pues porque hay un proceso de incremento de la población y otras zonas donde ocurre lo contrario. Pero, en general, Andalucía, como usted sabe, presenta unas cifras de crecimiento demográfico positivo. Y a eso hay que añadirle que nos visitan cada año, pues, veintitantos millones de turistas, que cada vez gastan más.

El dato que le he dado del 16% del gasto turístico es antiguo ya, pues ahora es casi el 18%. Es más, si el comercio es atractivo, se produce un incremento del gasto que en algunas zonas, en algunos países los turistas llegan a superar el 30% del gasto en el destino en compras, de manera que fíjense si es importante tener ahí un comercio también atractivo, con productos que animen al comprador, al comprador internacional. Hay en este sentido alguna anécdota, que no le quiero contar porque no tengo tiempo, pero que se la podría referir en otras circunstancias.

Por lo tanto, la situación no es homogénea.

Usted me decía, y me parece que es un tema realmente interesante, el problema de la CACI. Bueno, mire, yo lo que le puedo decir es que, si usted cree en la CACI, hay que creer en la CACI con todas las consecuencias, ¿verdad? La CACI tiene colectivos que yo creo que están bien organizados, que son muy maduros y que adoptan sus acuerdos, sus decisiones en un proceso interno en el que yo creo que difícilmente nadie puede intervenir. Desde luego, nosotros no intervenimos, nosotros tenemos nuestra opinión porque tenemos nuestra representación y cada cual expone allí sus criterios y vota en consecuencia. Y, si votan en consecuencia, pues, esos acuerdos son los que venimos nosotros respetando. Yo no creo que haya adoptado ninguna decisión, ninguna resolución en contra del criterio de la CACI. Vamos, no se lo quiero decir al cien por cien, pero, que yo recuerde, no hay ninguna, efectivamente. Y todo lo contrario: siendo ésta una Comisión asesora, le hemos respetado siempre el criterio, cosa que usted sabe que no es obligado, porque son opiniones que no tienen un carácter preceptivo, ¿verdad? De manera que nuestro respeto y consideración a la CACI. Y sí que le quiero manifestar que, a veces, en el proceso previo de discusión, se producen negociaciones entre los propios comerciantes; son negociaciones para adoptar medidas de integración, y esas negociaciones tienen también sus frutos. De ahí el que haya esas mayorías o unanimidades, que es verdad, usted lo decía, son muy frecuentes, es lo más común en las decisiones y en las votaciones que se producen en la CACI.

Hay 20 proyectos denegados por la posición de la CACI. O sea, que tampoco se ha aprobado todo, sino hay 20 proyectos denegados, que yo no he aprobado, ¿eh? Se lo digo para su información.

Y, por último, una cosa que usted ha sacado, que me parece muy interesante y que yo creo que es justo lo contrario de lo que usted manifestaba, es no sólo sobre la modificación de la Ley del Suelo, donde usted decía que con esa modificación hemos perdido capacidad de intervenir. Yo creo que todo lo contrario: hemos incrementado notablemente la capacidad de intervenir, porque uno de los fenómenos que se venían produciendo en la instalación de grandes superficies es que algunas Administraciones que tenían que emitir determinados informes sobre idoneidad del suelo no lo emitían, y, finalmente, el operador obtenía por silencio positivo una autorización que no tenía que haber sido tal.

Entonces, de esa manera, siempre va a existir, con la modificación que hemos incorporado, siempre va a existir el informe sobre la idoneidad del suelo, que, en este caso, lo va a emitir la Consejería que tiene la competencia del suelo. No nos vamos a quedar cojos en esa materia porque eso sí que ha producido algún problema. Y le podría contar algún Ayuntamiento donde esto ha dado lugar a controversias.

De manera que no sólo no hemos ido para atrás, sino que yo creo que hemos dado un gran paso adelante.

Muchas gracias.

Comparecencia 7-06/APC-000421, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre las actuaciones que va a llevar a cabo la Consejería en relación a la presión urbanística en las costas andaluzas y su incidencia sobre el turismo.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Continuamos con el orden del día, pasando a la siguiente comparecencia, relativa a las actuaciones que va a llevar a cabo la Consejería en relación a la presión urbanística en las costas andaluzas y su

incidencia sobre el turismo. A iniciativa del Grupo Parlamentario Popular.

Para ello, tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Quiero responderle a esta iniciativa de comparecencia con un ejemplo que creo que, mejor que cualquier otra explicación, va a responderle a lo que usted me plantea.

Sabe usted que el artículo 17 de la Ley del Turismo, Ley 12 de 1999, señala que «aquellas comarcas y áreas territoriales que se vean afectadas por desequilibrios estructurales derivados del rápido crecimiento de la fragilidad territorial o que soporten un nivel excesivo de densidad turística podrán ser objeto de programas de recualificación de destino, con criterios de recuperación ambiental, de mejora de la calidad, de dotación de infraestructuras y otros criterios orientados a establecer el equilibrio estructural».

Bien. Este precepto legal no había sido nunca puesto en práctica, y nosotros hemos querido aplicar el contenido de la ley para que la Costa del Sol, que es el destino peninsular con más pernoctaciones hoteleras, más de quince millones en 2005, y la primera puerta de entrada del turismo en Andalucía, que concentra, por lo tanto, una enorme actividad, y que es, además, un área, desde un punto de vista turístico, pionera en España, con algunos signos de madurez, pues que pudiera, precisamente ese territorio, recualificarse y modernizarse, aplicando, precisamente, este precepto legal.

Usted sabe que la Costa del Sol concentra más del 35% de la actividad de los turistas de Andalucía, recibe el 70% de los pasajeros que vienen vía aérea, tiene el 50% de los campos de golf —cuando hablo de la Costa del Sol, estoy hablando en su más amplia dimensión: la provincia de Málaga y parte de la de Cádiz también—, recibe el 45% de los pasajeros de crucero y, como le decía, es un destino que tiene ciertos signos de madurez, que sigue creciendo y que lo ha hecho en un 5'3 en el período 2000-2005. De manera que esta realidad, que es en gran medida positiva, necesita la actualización, su modernización.

El aumento simultáneo de residentes y turistas ha impulsado en numerosas ocasiones desequilibrios y sus consecuencias, como la disminución de la calidad de vida y también de la intensidad de la experiencia turística, el deterioro del paisaje; algunos problemas de contaminación, de movilidad, de excesiva presión, en definitiva, sobre los recursos.

Por ello, la Consejería puso en marcha, nada más iniciarse esta legislatura, un proceso para elaborar unos principios que permitieran, con la participación y el consenso del sector, y también implicando a diferentes departamentos de la Junta de Andalucía —es decir, trabajando transversalmente en el seno del Gobierno—, y con presencia de la iniciativa pública, poner en marcha, como les digo, una iniciativa que permitiera la cualificación de ese destino turístico, elaborando un decreto, que debe aprobar el Consejo de Gobierno antes de final de este año, sobre ese plan Cualifica, que es el que pretende la actualización, la modernización de la oferta turística de la Costa del Sol occidental: Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas, Marbella, Estepona, Casares y Manilva.

Fíjense que les he dicho que al principio de esta legislatura. No ha sido una iniciativa reciente. Llevamos trabajando, en reuniones y encuentros con el sector, bastante tiempo.

Los objetivos del plan son el de garantizar un futuro rentable, competitivo y sostenible; modernizar el destino, adaptándolo a los nuevos gustos de los clientes; generar efectos beneficiosos para residentes y turistas; integrar paisaje, naturaleza y cultura en un modelo turístico multioferta, como hoy se demanda, de manera que tengamos también la posibilidad de que la Costa del Sol, que fue pionera en la actividad turística como fenómeno social, lo sea ahora en este trabajo de recualificación, de actualización.

El presupuesto global del plan Cualifica ascenderá a 335.586.873 euros, y ese presupuesto va a verse, o las acciones del Cualifica van a verse muy notablemente beneficiadas por las inversiones previstas en el Plan de Ordenación del Territorio de la Costa del Sol Occidental, que tiene, a su vez, previstas unas inversiones de 4.796 millones de euros, y que suponen unas mejoras en infraestructuras particularmente importantes. Hay, además, un capítulo, en el que deben intervenir otras Administraciones, Administración central, Ayuntamientos y otras Consejerías, como la de Innovación, Medio Ambiente, Cultura y Empleo, y todo ello —ya le digo— importa esa cantidad que debe ayudarnos a poner en marcha ese trabajo de mejora y de cualificación del destino.

Para poder valorar la dimensión real del Cualifica, basta decir que los 58 planes, creo que son, que tenemos ahora entre los de excelencia y dinamización turística tienen una inversión pública media de 5'5 millones de euros. En el Cualifica hemos previsto 335 millones de euros.

Hemos seguido varias fases en este trabajo. La primera fue la fase de diagnóstico, que se desarrolló entre los años 2004 y abril de 2005. En ella se realizó un análisis, utilizando las técnicas DAFO, concluyéndose que existe un margen de maniobra suficiente para redefinir el futuro de este destino. La segunda fase supuso el inicio del plan, arrancó en mayo de 2005, y con esa fase se constituyeron cinco mesas temáticas: la de infraestructuras y servicios públicos, la de medio rural, natural y playa, la de productos turísticos, la de modernización económica y empleo, y la de promoción y comercialización del destino. Estaban formadas por expertos en todas estas materias, y estas mesas se reunieron ocho veces en un año, en un trabajo intenso, de diseño, de consenso, que nos ha permitido enriquecer notablemente el documento a partir de las propuestas iniciales. Se han establecido,

en esa segunda fase, las estrategias y los programas de acción que deben renovar y modernizar este destino turístico.

Durante la tercera fase, que se inicia en julio de 2005 y que acaba en marzo de este año, se definieron las nueve grandes líneas estratégicas, que son:

Primero, la revitalización de centros y espacios turísticos. Estará reforzada por acciones sobre la actividad turística, algunas de ellas previstas en el POT, y alcanzará una inversión total de 190 millones de euros, de los cuales 52'3 son del plan Cualifica y el resto del POT. Contempla acciones para la mejora del paisaje urbano, y específicamente el Cualifica se va a destinar a la mejora de la señalización turística.

La estrategia dos, sobre calidad medioambiental del destino, contempla una inversión de 148 millones de euros, y prevé acciones de adquisición, de compra, de zonas estratégicas de oportunidad. Ésta es una acción prevista en el POT. También prevé la revalorización y puesta en valor de la franja costera y litoral, la Costa del Sol, —de ahí toma su nombre, de la franja litoral—, y de excelencia medioambiental, eficiencia energética, forestación y ajardinamiento.

La estrategia tres, de modernización de las empresas y productos turísticos, tiene un presupuesto de 53 millones de euros, y en ella destacan los programas dirigidos a la reclasificación de la oferta hotelera y a la modernización de esa planta, así como a la implantación de sistemas de calidad.

La estrategia cuatro, de diversificación y diferenciación de los productos, ha sido reforzada por el POT. Alcanza una inversión global de 84 millones de euros, 41 del Cualifica y el resto, como les decía, del Plan de Ordenación Territorial. Destacan en ella acciones de impulso y desarrollo de nuevos productos turísticos emergentes; acciones de divulgación y coordinación, a través de oficinas de información turística; la creación de centros de interpretación turísticos de la costa, que irá en el CINTA, y también, cómo no, mejorar la conectividad de la franja litoral y del interior, y la creación, por ejemplo, a modo de iniciativa novedosa, de la figura del Defensor del Turista.

La estrategia número cinco está dedicada a la mejora de servicios e infraestructuras públicas impulsadas exclusivamente por inversores, y también..., por inversiones, perdón, que están contempladas en el POT. Esta cifra es la más voluminosa, y va dirigida fundamentalmente a acciones que mejoren la movilidad y el saneamiento.

La estrategia seis es de innovación y nuevas tecnologías. En ella hay previsto un gasto, o una inversión, de 4.330.000 euros, y, por ejemplo, destacan iniciativas de revitalización a través de la creación de ese centro de inteligencia del turismo y del centro de estudios de la industria turística, que pretenden incorporar conocimiento permanentemente para que el destino Andalucía en su conjunto, y particularmente la Costa del Sol, estén en la vanguardia de la innovación y la creatividad en el sector turística.

La estrategia siete va dedicada al empleo y la formación y tiene un presupuesto de 25 millones de euros; la estrategia ocho, de comunicación, tiene siete millones de euros, pretende la renovación de la imagen de la Costa del Sol; la novena, la estrategia novena, es la de gestión del plan, tiene un presupuesto de 2.360.000 euros, y también en este ámbito pretendemos una presencia del sector privado en todos los órganos de gestión y de dirección del plan, donde deben estar presentes empresarios, sindicatos y otras Administraciones.

Bien, al proceso ya comentado, que culminó el 6 de abril con la firma de un documento, el acuerdo del plan, que fue suscrito por 25 agentes económicos y sociales de la Costa del Sol, a eso le está siguiendo todo el proceso de tramitación del decreto, que es en el que nos encontramos ahora mismo, y que esperemos que, si no hay ninguna cuestión que lo pueda distorsionar, porque vengan alegaciones o cualquier tipo de cosa que cambie el calendario previsto, debe estar finalizado y aprobado por el Consejo antes de final de año. Se trata, en definitiva, de un instrumento de gran valor, ya que permite la suma de esfuerzos públicos y privados para contribuir a que la Costa del Sol siga siendo un referente turístico andaluz a nivel internacional, y que vaya en la línea de ser un modelo turístico sostenible.

Esta iniciativa, señorías, además está siendo observada con gran interés desde otros puntos del litoral español, por lo que tiene de pionera, y también por su dimensión y volumen económico, y, cómo no, por la implicación del sector y porque supone tomar la iniciativa y anticiparse al futuro en lugares donde, de no hacerlo, podríamos tener serios problemas.

Así, por ejemplo, hay otros lugares en los que estamos trabajando en nuestra Comunidad Autónoma que podrían ser motivo de iniciativas parecidas. Por ejemplo, vemos que hay una zona de la costa de Huelva —Almonte precisamente— donde también hay algunos signos de madurez. No tienen la misma dimensión un territorio que otro, una zona que otra, ni mucho menos. También vemos que en el entorno de Cádiz, en la bahía de Cádiz, hay algún territorio que puede también necesitar de alguna iniciativa parecida, así como también en el Poniente almeriense, alguna zona del Poniente almeriense, donde, una vez que desarrollemos esta experiencia, se adoptarán las decisiones de llevar a cabo aplicaciones similares a las que ya tenemos diseñadas, y va a entrar pronto en funcionamiento en la Costa del Sol.

Quiero decir con este ejemplo que la iniciativa de la Consejería ha sido y es total, intensa, y yo estoy seguro de que va a dar muchos frutos en la dirección de lo que usted me preguntaba. Éstas son acciones, y no son palabras, en relación a lo que está ocurriendo en nuestras costas.

Nada más y muchas gracias.

El señor PRESIDENTE

—Gracias, señor Consejero.

A continuación tiene la palabra el portavoz del Grupo proponente, señor Rodríguez Domínguez.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señor Presidente.

No sé, señor Consejero, si, a tenor de su primera intervención, al igual que decía usted en el mes de enero que Marbella no entra en mi agenda, hoy más o menos viene a decir que los temas de urbanismo no entran mucho en su agenda, porque, señor Consejero, sobre el tema objeto de la comparecencia, que es el de la presión urbanística en las costas andaluzas, ha dicho usted bien poco, y, a título de inventario geográfico, simplemente, el litoral abarca desde Almería hasta Huelva, no es solamente la Costa del Sol, con respecto a la cual ha consumido usted más o menos el 98'65% de su tiempo.

Señor Consejero, si el Partido Popular, en el día de hoy, le solicita esta comparecencia, el motivo de la misma es que hay una serie de cuestiones, como es esa presión en el uso del suelo, la ocupación del litoral, el consumo de agua, los vertidos, el incremento de residuos, la presión demográfica y urbanística en espacios naturales protegidos, y que todos y cada uno de estos factores, de forma individual o conjuntamente en muchos casos, hacen que la degradación resultante resulte fatal, no sólo para el medio ambiente y la calidad de vida, sino también para la oferta turística, clave en la economía andaluza. Y de eso se trata, señor Consejero: de que esa presión urbanística, junto al incumplimiento, muchas veces, de la legislación ambiental y graves problemas de contaminación, hacen que nos encontremos ante un desarrollo turístico mal planificado, y, señor Consejero, empiezan a encenderse señales de alarma. Vienen más turistas, pero gastan menos, a pesar de lo que haya dicho usted anteriormente, no en ésta, sino en la anterior comparecencia. Lo dicen sus propios datos; ya tendremos ocasión de analizarlos. Hay más ventas, pero hay menos rentabilidad.

Y ello nos está poniendo sobre aviso de que, si no se prima la calidad sobre la cantidad, puede correr serios riesgos uno de los factores más importantes para Andalucía, como es el turismo.

Y, dentro del turismo, otra cuestión fundamental, señor Consejero, es el tema del agua. El fantasma del agua o, mejor dicho, de la falta de agua acecha también a la industria turística, y sin agua, señor Consejero, no hay turismo. Por eso, señor Consejero, la derogación del Plan Hidrológico ha sido la mayor puñalada que se haya podido asestar al turismo en Andalucía...

[*Rumores*.]

¿Hay algún problema? Porque uno ha estado..., lleva desde las cinco menos veinte escuchando pacientemente, y educadamente.

Le decía, señor Consejero, que el Plan Hidrológico ha sido la mayor puñalada que se le haya podido asestar al turismo en Andalucía por parte de un Gobierno. Y en el tema del agua, señor Consejero, la depuración constituye un importante factor sobre la oferta turística y sobre la oferta turística de calidad. Y, señor Consejero, hay ciudades andaluzas, con un componente turístico muy importante, como pueden ser, por mencionar algunos casos, Algeciras, Nerja, Benalmádena, que siguen sin depurar sus aguas residuales, y ello indica, por una parte, el gran fracaso, el fracaso absoluto del Gobierno socialista y, por otra, la insensibilidad absoluta de ese mismo Gobierno ante el medio ambiente.

Un solo dato puede ser el resumen de esta insensibilidad del Gobierno socialista de la Junta de Andalucía, que incide directamente en la búsqueda de ese turismo de calidad, generador de riqueza y generador de puestos de trabajo, porque, mire, señor Consejero —y me imagino que usted conocerá perfectamente el dato—, de 770 municipios de Andalucía, 212 carecen de depuradora de aguas residuales. Y si el dato es significativo en cuanto al número de municipios, más aún lo es desde el punto de vista de los habitantes que residen en esos municipios: tres millones. Y eso tiene nombres y apellidos, señor Consejero, y el nombre y apellido se llama fracaso absoluto de un Gobierno que ha dispuesto del mayor caudal de tiempo y del mayor caudal de recursos económicos para dar respuesta a esa demanda primordial. Primordial en el medio ambiente y primordial también a la hora de una oferta turística de calidad, porque, señor Consejero, somos la tercera Comunidad que más valor añadido bruto genera, por detrás de Baleares y Canarias, con sus ingresos turísticos. La riqueza generada por cada plaza hotelera es de 11.751 euros, con una media de 135 empleos directos.

Pero los problemas empiezan a aflorar, y se lo decía antes: Disminuye la estancia media y disminuye el gasto por turista. Y son datos no desde la subjetividad de este Grupo político, sino de lo que ponen en evidencia desde la propia Consejería hasta los sectores implicados.

Señor Consejero, la reflexión y la pregunta resultan evidentes. ¿Hasta qué punto la presión urbanística está empezando a incidir seriamente en nuestra oferta turística? Y de esa presión urbanística tiene que responder la Administración que ha detentado y que detenta los mecanismos de inspección y de control urbanístico: el Gobierno de la Junta de Andalucía. Y ese Gobierno de la Junta de Andalucía, del cual usted lleva formando parte bastantes años, ha sido cómplice, por acción o por omisión, de múltiples casos, de numerosísimos casos desde Almería hasta Ayamonte, de especulación y de corrupción en nuestra Comunidad Autónoma. Y le sigo poniendo de manifiesto: No es afirmación partidista de este Diputado ni de su Grupo político; son palabras textuales de su compañera, y, suponemos, cualificada representante del Gobierno de la Nación, la señora Ministra de Medio Ambiente, doña Cristina Narbona.

«Andalucía ha urbanizado el litoral sin control». Ésa es la palabra, en ella se resume la gran cuestión: el control. Bien es cierto que, con exquisita diligen-

cia, previo requerimiento, la señora Ministra de Medio Ambiente sí le puso la guinda al pastel, y matizó: «Bien en cierto que el descontrol en la urbanización del litoral andaluz se refiere al período 1987-2000», el período en el que, naturalmente, gobernaba en Andalucía el partido galáctico de la organización del mundo mundial, 1987-2000, con lo cual ese descontrol habría que atribuírselo al partido galáctico del orden del mundo mundial.

Señor Consejero, las afirmaciones de la señora Ministra, de la Ministra de su partido, simplemente, más allá de los análisis que puedan hacerse, son una realidad objetiva. Es, sencillamente, la verdad del asunto: que el principal culpable de esa presión y de ese descontrol urbanístico que amenaza a nuestro turismo es el Gobierno socialista de la Junta de Andalucía.

Y usted, señor Consejero, no ahora, que es Consejero en comisión de servicios, ¿no? Ahora, con dos telediarios por delante, hasta puede resultarle chocante la pregunta. Pero, desde que llegó al cargo, en el cual ha dispuesto ya de cierto tiempo, ¿qué ha hecho usted, señor Consejero, para defender a nuestro turismo de esa amenaza real, de esa presión urbanística? Porque me imagino, señor Consejero, que, entre sarao y sarao a los que usted se demuestra ser tan aficionado, en la última edición de Fitur me imagino que conocería un informe que alertaba sobre nuestra pérdida de competitividad frente a otros destinos turísticos debido a la colmatación de nuestra costa. ¿Qué actuaciones, señor Consejero, ha llevado o va a llevar a cabo su Consejería?

Nos gustaría conocer su respuesta, y no gustaría también conocer sus opiniones, aunque ya mucho nos tememos que, a tenor de lo que usted no ha dicho ni hecho hasta ahora, que usted no ha sido un Consejero en comisión de servicios en estos momentos, sino que ha sido un Consejero en comisión de servicios desde la toma de posesión.

Por eso nos gustaría conocer, desde Almería hasta Ayamonte —desde Almería hasta Ayamonte, que es ése es el litoral andaluz; litoral que ha sido objeto de una presión urbanística consentida y amparada por su Gobierno—, nos gustaría conocer, cara a la incidencia que esa presión urbanística está teniendo ya, al día de hoy, sobre el turismo, y que se cierne, además, como una amenaza importante en cuanto a ese turismo de calidad, cada vez mayor demandado no solamente por el turista foráneo, sino también por el propio turista nacional, nos gustaría conocer cuáles van a ser las actuaciones por parte del Gobierno al que usted representa.

¡Ah! Y, señor Consejero, por último, y antes de agotar el tiempo: ¿Va a ser convocado usted por la señora Narbona para hablar del tema?

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Gracias, señor Rodríguez Domínguez.

A continuación tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señora Presidenta.

Yo no sé cuantos años lleva usted ya en el Parlamento —seguro; difícilmente podría llevar más que yo, que soy constituyente, tengo el honor de haber sido constituyente—, pero parece que esté usted recién llegado.

Usted no sabe que las competencias se reparten entre diferentes departamentos de la Junta de Andalucía, y hay unos que tienen las competencias en materia de urbanismo, otros que tienen la competencia en materia de agua, y nosotros la tenemos en lo que el decreto de constitución de esta Consejería, pues dice, que son competencias en materia de turismo y tal. No tenemos las competencias en materia de urbanismo y agua, como usted ha estado aquí relatando.

De manera que su intención no se la de satisfacer esas cuestiones, sino la de contarnos una intervención que traía escrita y que, a raíz de mi primera exposición, ha sido usted incapaz, absolutamente incapaz, de mover ni un milímetro. Claro, porque usted no esperaba que desde la Consejería tuviésemos un instrumento tan potente como es este plan Cualifica, ¿verdad?, para, precisamente, mejorar, desde la perspectiva turística, el principal destino turístico que hay en la Península Ibérica, y en Andalucía, y uno de los más importantes del mundo, como es la Costa del Sol. Usted no tiene ni idea de eso, aunque ha salido publicado en la prensa desde hace mucho tiempo, y ha tenido que contarnos ese... Bueno, no quiero calificarlo indebidamente, pero ese conjunto de folios, ¿verdad?, en lo que nos ha relatado cosas que... Yo le voy a contestar alguna de ellas, porque me ha despertado ganas de cierta réplica, ¿verdad?

En cualquier caso, sí que quiero decirle, y tengo información en el ordenador para ilustrarle, que esa imagen negativa y catastrofista que usted ha presentado aquí, de que vienen más turistas, pero se gastan menos, pues en eso se equivocan, ¿eh? Vienen más turistas y, como hay que medir el gasto, que es por turista y día, se gastan más. Lo que pasa es que en todos lados hay más opciones y más facilidad para moverse, y se acortan las estancias medias y, por lo tanto, el gasto en el conjunto de la visita, al estar menos tiempo, al permanecer menos tiempo, pues se acorta. Pero eso no significa que no se estén dando resultados que hace muchos años no se producían, como, por ejemplo, este año, en lo que llevamos de año, se ha mejorado la ocupación media de los hoteles en más de un punto, en uno coma treinta y algo, si no recuerdo mal, a pesar de que ha crecido la planta hotelera en cuatro puntos; es decir, 10.000 nuevas camas en el mercado, 10.000 nuevas camas. Andalucía tiene 252.000 camas en el mercado turístico mundial. Es decir, somos unos de los grandes destinos a nivel internacional.

De manera que la realidad no va por donde usted entiendo que desearía, ¿verdad?, y es que el turismo no fuese bien, para así tener más argumentos

con los que hacer su política catastrofista. Pero, en fin, éste parece que es parte del manual de acción política del Partido Popular, ¿verdad?, que es..., que se rige bajo un lema, un eslogan, que es que cuanto peor mejor.

Pues se equivocan en el turismo y, además, utiliza el peor momento para tratar de vender ruina, que es el del verano de 2006, que es cuando tenemos datos espléndidos que hace muchísimo tiempo, ¿eh?, no se daban en los ratios, en los niveles que tenemos, afortunadamente, ahora.

De manera que lo chocante es su petición de comparecencia y, sobre todo, lo chocantísimo es su intervención; una intervención que está fuera de la realidad, por tratar de buscar vínculos, y de manera absolutamente forzada y extraña, ¿verdad?, nos echa la culpa aquí de una serie de cosas que yo voy a tratar de contestar.

Mire, usted sabe perfectamente, porque sé que ha sido Alcalde, que los Ayuntamientos tienen competencias en materia urbanística, tienen competencia en control del urbanismo, ¿eh? Aquí y ahora está usted intentando desviar esa cuestión, y ésa no es una cuestión que usted pueda ocultar, porque es evidente, ¿verdad? Y también usted sabe que en la costa hay muchos Ayuntamientos del PP. Digamos que en la costa andaluza es donde menos Ayuntamientos del Partido Socialista hay.

Y quiero recordarles, por ejemplo, la situación de una parte del Poniente de Almería, donde hay problemas de madurez, muy serios problemas de madurez, precisamente por el abuso del cemento, ¿verdad?, por el abuso del ladrillo. De manera que aplíquese también usted el cuento, tómese usted una cucharaditas del jarabe que pretende aplicar a los demás, porque, si no, no va a tener usted, como casi siempre, ninguna credibilidad.

Pero, entrando en las materias que usted ha manejado más en su intervención, como son las relativas a las aguas, usted sabe que, durante los ocho años del Gobierno del PP, es decir, desde el año 1996 a 2004, en Andalucía no se hizo ni una sola depuradora, que deberían haber estado finalizadas en el año 2000, según compromisos de la Administración central con la Unión Europea, que las cofinanciaba.

Bien, pues quien abandonó la construcción de esas depuradoras, lamentablemente, fue la Administración entonces del Partido Popular, que no hizo nada, ni para mejorar el abastecimiento de aguas, ni tampoco para garantizar la depuración de todas las aguas de Andalucía, particularmente las del litoral, que son las que más afectan a la actividad turística. De manera que aplíquese el cuento, y esas críticas hágaselas usted mismo.

La Junta de Andalucía recibe las competencias de la Confederación, si no recuerdo mal, a primeros del año 2005, y es a partir de este momento cuando empezamos a actuar, precisamente, en esos déficit, tanto en materia de depuración como también en materia de abastecimiento de aguas, para tratar de recuperar los ocho años de abandono en los que nos situó el PP en estas materias. De manera que no me cuente usted historias, vaya usted a la realidad y aplíquese el cuento.

Y, sobre lo demás, sobre los temas urbanísticos, eso que usted comentaba y tal, pues interpele usted o pregunte al departamento correspondiente. Yo le he comentado, mediante el ejemplo de este plan Cualifica que vamos a aplicar en la Costa del Sol, que la iniciativa más moderna, más intensa y, desde luego, más importante que se está desarrollando en España, que se va a desarrollar en España en esta materia, es la que nosotros hemos diseñado y estamos ahora ultimando para su aplicación en la Costa del Sol. No hay nada igual, por ejemplo, en la Comunidad de Baleares, en la Comunidad de Valencia, gobernada desde hace muchos años por el Partido Popular y buen ejemplo de todas las barbaridades que usted acaba de decir, ¿verdad?, no hay nada igual para actualizar y cualificar un destino como lo que estamos haciendo nosotros aquí.

Nada más y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Gracias, señor Consejero.

Es el turno ahora del señor Rodríguez Domínguez.

Su señoría tiene la palabra.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta.

Señor Consejero, la presión urbanística sigue sin entrar en la agenda, como en enero en Marbella, ¿no?

Mire... Sí, sí, es de su incumbencia también, señor Consejero, porque, mire, sí vamos a hablar de urbanismo y de presión urbanística; pero vamos a hablar desde la ley, simplemente desde la ley, no desde la subjetividad, porque no le voy a hacer una lectura exhaustiva, pero sí remitirme a las competencias de la Administración autonómica en materia de ordenación del territorio y urbanismo.

Y usted dice: «Pero es que yo estoy el de Turismo». Usted, además, de en comisión de servicios ya parece que está de oyente. Oiga, yo no he regulado la composición de las Comisiones Provinciales de Urbanismo: lo han hecho su partido y su Gobierno.

Mire, si no tiene incidencia, ¿por qué en representación de la Comunidad Autónoma de Andalucía, seis vocales que serán los titulares de las correspondientes Delegaciones Provinciales de las Consejerías de Turismo y Deporte —la suya—, de las Comisiones Provinciales de Urbanismo, donde se han aprobado muchos de los desmanes causantes de esa presión urbanística y amenaza para la industria turística en Andalucía, y donde se han amparado muchos casos de especulación y de corrupción¿ Por algo recientemente alguno hablaba de ponerse de acuerdo con los nuestros para impedir que el enemigo de verdad,

etcétera, etcétera. ¿Se acuerda, señor Consejero? Es reciente.

Mire, no me ha contestado usted a lo que le he preguntado sobre la señora Narbona. «Andalucía ha urbanizado el litoral sin control». Se refiere al período 1987-2000. Señora Ministra. Eso sí, rápidamente fue obligada a pedir perdón al señor Chaves por unas críticas urbanísticas que dice que mantiene. Pero, mire, más allá, su propio Delegado de Turismo en Málaga: «Algunas zonas de la costa son un disparate».

Escuche usted, señor Consejero. Pierde usted lo nervios últimamente con una facilidad... Yo no sé si, además del jarabe, tiene usted que pedirle a su médico de cabecera algo de Lexatin también, porque se dispara usted. Está usted pensionado, ¿eh? No sé si es fruto de los almuerzos y de las cenas constantes, pero, desde luego, me preocupa. Y para mí, la verdad, también la parte humana es importante dentro de la política, ¿no? Siga usted sosegado, que yo le escucho siempre con mucho sosiego.

Pero, mire, además de su Delegado —póngase de acuerdo con él—, su Presidente. «Quitar presión al litoral». Señor Chaves *dixit*. Pero, por otra parte, cuando dice usted..., se instala usted en ese triunfalismo...

Resulta que los empresarios del sector turístico también le han visto las orejas al lobo, y hablan de reclamar una moratoria hotelera en todo el territorio andaluz. Sector empresario.

Le preguntaba por si la señora Narbona le había llamado. Hombre, es que decía la señora Narbona que se iba a firmar un pacto para trabajar codo con codo en el litoral, y que iba a convocar a las Consejera de Obras Públicas y de Medio Ambiente, a una reunión para cerrar este acuerdo a la vuelta del verano. No sé si a la Ministra también empieza usted a considerarla como Consejero en comisión de servicios. Parece ser, porque, a tenor de las primeras informaciones, no le ha llamado, ¿no? Usted nos dirá si está usted en ese convenio entre la Junta y el Gobierno o, simplemente, esperan a que se resuelva la comisión de servicios y venga un Consejero.

Mire, hablaba usted..., ha tenido usted la osadía, porque también su Presidente, el Presidente de la Junta de Andalucía, pues habla de que ha habido cierto descontrol, y ahora quiere convertirse en paladín del desarrollo urbanístico como eje central de la campaña de las municipales que se avecinan.

El señor Chaves —dicen los medios de comunicación— insta a los cargos del PSOE a vender un urbanismo sostenible. Y mire, señor Consejero, hombre, la verdad es que, bueno, se ha ido usted a Almería. Ha ido usted al sitio menos apropiado, ¿no? Porque, mire, lo de El Algarrobico, eso ya es motivo de vergüenza, de sonrojo y de un Gobierno que, desde luego, puede ser todo menos Gobierno que simplemente aplica la ley, simplemente aplica la ley. Un solo dato: La Junta eludió el retracto de El Algarrobico pese a conocer en 1999 la venta de su suelo.

Señor Consejero, búsquese otros ejemplos, porque, mire... Y permítame una cita de Juan de Mairena al hilo de las palabras del señor Chaves y del paladín de ese desarrollo urbanístico y del control del mismo. Y decía el sabio Mairena: «Se miente más que se engaña y se gasta más saliva de la necesaria», porque en eso se puede resumir, señor Consejero, lo que la Junta de Andalucía ha hecho sobre el control urbanístico, y ahora empezamos a pagarlo. Mentiras, engaños y gastar saliva.

Y usted, señor Consejero, hoy, una vez más, en esta comparecencia, lo ha demostrado, de perfil. No va con usted el tema del urbanismo; parece ser que la presencia de los Delegados de Turismo en las Comisiones Provinciales de Urbanismos, pues también son a título de comisión de servicios. No sabemos si con cobro o sin cobro. La ley lo regula: aquí está el decreto.

Pero, mire, señor Consejero, también, y porque yo sí acostumbro, al menos, a rebatir todas las cuestiones que usted ha puesto sobre la mesa —ninguna de control urbanístico, que era el tema de la comparecencia—; pero, en el tema de la incidencia de las mismas en el turismo, el turismo de calidad, oiga, póngase de acuerdo también a la hora de dar los datos, que viene usted magníficamente acompañado de un buen elenco de asesores.

«Los ingresos crecen menos que los turistas». «La proporción entre el aumento de turistas que llegan a Andalucía y el dinero que dejan no va pareja. Mientras que en 2005 nos visitaron 23'6 millones de personas, un 7'1% más, el dinero que dejaron sólo se incrementó en un 1'3%, hasta los 14.486 millones de euros.» Bueno, esto es bastante antiguo, del 21 de julio de 2006. La verdad es que ya está un poco desfasado, ¿no?

«El sector denuncia un fuerte descenso del gasto por turista, que cae un 12'9%». Día 22 de julio de 2006: desfasadísimo.

«El sector hotelero anuncia que subirán los precios el próximo año para mejorar su rentabilidad, sensiblemente mermada». Esto está todavía más desfasado; esto es, nada más y nada menos, que del 20 de septiembre de 2006. Realidades objetivas, señor Consejero. No son datos desde la subjetividad. Datos del sector, datos de la Consejería, y hoy usted nos dice que de dónde.

Mire, señor Consejero, ya es hora de que, desde la Junta de Andalucía, desde la Consejería responsable, se empiece a defender el turismo en Andalucía. Ya es hora de que, agotada una triste y miserable comisión de servicio, se empiece a defender el turismo en Andalucía. Ya es hora de que asuman las responsabilidades de una presión urbanística que está incidiendo y amenazando a la industria turística, y que ha sido una presión urbanística acompañada de especulación, acompaña de corrupción y amparada desde la propia Junta de Andalucía. Ya va siendo hora.

Usted, desde luego, pasará a la historia como el peor Consejero de Turismo, de la historia democrática de Andalucía en los últimos años. Quizá ya poco papel le quede por hacer, pero al menos, hasta el último momento, y aún en comisión de servicio, señor Con-

sejero, asuma usted sus responsabilidades, y, en este Parlamento, en donde usted comparece para responder y para ser controlado por la oposición, que forma parte de las esencias democráticas y de la razón de ser de esta Cámara, venga usted a dar cuenta de las cuestiones que se le demandan, y no a hacer chistes fáciles, a descalificar al adversario y a hacer ejercicios de triunfalismo.

Ésta no es la casa rosa ni San Telmo, señor Consejero. Quizá usted, por tanto sarao, se equivoca de ubicación geográfica; pero aquí viene usted a responder de las cuestiones que se le plantean. Y lo que le planteaba hoy el Partido Popular es el tema de la presión urbanística por su incidencia en el turismo. Así que, señor Consejero, todavía le queda un turno para hacer gala a lo que era objeto y motivo de la comparecencia.

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Gracias, señor Rodríguez.

Para cerrar el debate, tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Señora Presidenta, señorías.

Está claro que entre sus hábitos parlamentarios no figura el de respetar —ni respetarse asimismo, fíjese—, porque lo primero que tenía usted que hacer es ser coherente con su iniciativa. Usted pregunta por las actuaciones que lleva cabo la Consejería en relación a determinados asuntos urbanísticos, presión urbanística en las costas andaluzas y su incidencia sobre el turismo; de manera que más ajustado a la iniciativa es imposible. El que se ha ido haciendo y diciendo disparates ha sido usted, y todo por una intención, como es evidente.

Aquí, a nadie se le escapa que usted lo que pretende con su intervención, con esa extrema dureza que tiene que utilizar... Porque yo creo que le falta habilidad, por no decir otra cosa, mucha capacidad, que creo que todo el mundo percibe, y usted tiene que recurrir a la dureza y al insulto, y yo le puedo indicar —y lo voy a hacer, claramente— que a mí eso no me preocupa en absoluto. Es más, su intención de erosionarme a mí, para incidir así en el futuro político..., yo creo con ese tipo de intervenciones no consigue ningún efecto. Con su intervención, tan magnífica, ¿verdad?, no ha conseguido usted producir la menor erosión ni el menor arañazo a mi persona.

Si es que usted no es consciente de las barbaridades que ha dicho. Le aconsejo que más serenamente, con más tranquilidad, lea el *Diario de Sesiones*, el título de su iniciativa, para que vea la falta de coherencia en la que usted se mueve de manera permanente. No sólo no me va a erosionar, sino que de esa forma cualquier observador mínimamente imparcial se va a dar cuenta, claramente, de cuál es su propósito, así como del absoluto desconocimiento que tiene usted de cómo funciona el Parlamento y las Administraciones. Las Administraciones tienen repartidas las competencias, y usted tiene que preguntar sobre aquellos asuntos que estime conveniente a quién ejerce esas competencias. Se lo digo una vez más, porque es que parece mentira que usted plantee aquí, en los términos que lo ha hecho, sus interrogantes, sus preguntas.

Y, después, también quiero indicarle, hablando ya de presión urbanística, y no siendo competente en la materia, pero siendo un observador como cualquier ciudadano andaluz, que ustedes —como siempre le pasa a la derecha, aplicando la ley del embudo— ven la paja en el ojo ajeno y no la viga en la propia. Hábleme usted de Fuengirola, ¿verdad? —allí no hay ladrillo, ¿no?—, de Torremolinos..., o de otros muchos Ayuntamientos del Partido Popular, que son un magnífico ejemplo y que parece que no tienen competencia en materia urbanística. O hábleme, por ejemplo, de por qué el Partido Popular, en la ciudad que motiva su intervención y su acción política, en la dirección que lo ha hecho hoy, en la ciudad de Marbella, no ha presentado durante 14 años ni un solo recurso para proteger los intereses de los ciudadanos que eran vulnerados sistemáticamente durante todos estos años. No ha presentado ni un solo recurso contra acuerdos que eran desmanes urbanísticos... No ha presentado ni un solo recurso en 14 años. ¿Y ustedes dicen que son defensores? El Partido Socialista y el Gobierno socialista: 430 recursos, frente a cero recursos del PP. ¿Habla usted de connivencia?

[*Rumores.*]

Y le voy a tener oportunidad...

La señora PRESIDENTA

—Disculpe, señor Rodríguez. De la misma manera que usted solicitaba respeto en su intervención, solicito que actúe de la misma manera con el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Y le voy a tener la oportunidad, si sigue por esa vía, de relatar aquí muchos de esos recursos, el contenido de muchos de esos recursos, así como pedirle explicaciones de por qué ustedes no han actuado y se han inhibido..., y más cosas, que ya saldrán.

Ahora habla usted, ¿verdad?, de no sé que de mirar para otro lado. ¿Quienes han estado mirando para otro lado...?

[*Rumores.*]

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, le vuelvo, por favor, a rogar que mantenga silencio mientras que el señor Consejero está en posesión de la palabra.

[*Rumores.*]

No, si no es cuestión del tema del que hable, sino de que está en el uso de la palabra el señor Consejero, y no su señoría. ¿De acuerdo?

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Señor Diputado, usted provoca estas cosas y, después, le duele y no lo admite, ¿verdad? Pues sea usted consecuente con las cosas que hace. Me estoy pronunciando con absoluto respeto, cosa que usted no ha hecho, porque leeremos en el *Diario de Sesiones* algunas manifestaciones que usted ha hecho de amparo a la corrupción, que, desde luego, no son imputables, en absoluto, a este Gobierno y sí, con esa falta de iniciativa, a los representantes del Partido Popular en Marbella, que con su inacción han estado amparando estos desmanes, y que ustedes tendrán que justificar, además, caso por caso. Me voy a encargar de ello.

De manera que, señoría, sea usted más medido. Y utilizando también el recuerdo de un gran poeta andaluz, Antonio Machado decía que «sabe el mejor de los buenos que todo en esta vida es cuestión de medida». Es un poco más... Algo menos, dice el proverbio.

Pues, sea usted algo más medido en sus intervenciones y en sus comparecencias. Pida usted la comparecencia a quién es competente en la materia y demuestre aquí lo que dice con esas palabras tan gordas y absurdas que utiliza; apóyelas en datos y en cifras. Porque, si no, simplemente estará usted haciendo, una vez más, el peor parlamentarismo que hay. Y es que, en definitiva, ustedes no creen en esto.

Nada más y muchas gracias.

Comparecencia 7-06/APC-000484, del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre el Plan de Modernización de los Mercados Municipales.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Continuamos ya con la última comparecencia del orden del día, solicitada por el Grupo Parlamentario Socialista, relativa al Plan de Modernización de Mercados Municipales. Para ello, tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Los mercados municipales, como ustedes saben, señorías, son una fórmula comercial que viene funcionando en nuestra tierra desde hace ya muchísimo tiempo, concretamente desde principio del siglo XIX de manera más generalizada. Tienen un gran reflejo y arraigo en nuestra cultura, también en nuestra gastronomía, y una gran incidencia en la vertebración económica y social. Sin duda, fueron los primeros establecimientos comerciales que funcionaron y que vienen cumpliendo una inestimable labor de abastecimiento, sobre todo hace algún tiempo, de productos particularmente de consumo diario: los perecederos.

Hay 241 municipios de más de cinco mil habitantes en Andalucía que tienen 312 mercados, donde existen 7.741 puestos de venta, según los datos incluidos en el censo de mercados municipales que hemos elaborado, y que ha supuesto, para quienes han realizado el trabajo, la realización de encuestas a profesionales y familias —puesto que aquí hay mucho negocio familiar— que trabajan en estos puntos.

Este trabajo previo de recogida de información era fundamental a la hora de acometer con rigor la elaboración del Plan de Modernización de Mercados Municipales de Andalucía, que hoy les presento.

El Plan de Mercado viene a ordenar los esfuerzos económicos que la Junta desarrolla desde el año 1998 para la mejora de los mercados, que ha generado una inversión de 96'5 millones de euros, con una subvención del 40%, de 38 millones de euros.

Como el resto del sector comercial, los mercados de abastos tienen la necesidad de adaptarse a un nuevo escenario comercial y al estilo de vida de los consumidores actuales, que tienen nuevos gustos, nuevos hábitos, provocados por los cambios sociales, políticos y económicos, y también tecnológicos y en las comunicaciones que estamos viviendo.

Estos cambios inciden en todo el sector comercial andaluz, provocando una tendencia hacia la concentración en favor de grandes grupos y también de establecimientos innovadores, hacia una mayor competencia con la entrada de nuevos operadores extranjeros y la consolidación de los ya establecidos, y a la diversificación de las fórmulas de venta, o a la intensificación del uso de marcas de distribuidor y de comercio electrónico. Así, el sector comercial se plantea el reto de la modernización y la reestructuración para adaptarse a las nuevas condiciones, también en el ámbito de los mercados municipales.

Bueno, pues para contribuir a este objetivo, la Consejería desarrolla una política comercial que pretende —como ya he tenido oportunidad de comentarles— que nuestro sistema comercial sea competitivo, eficiente y equilibrado, atendiendo de manera particular a las pymes y a las zonas donde se insertan estas pequeñas y medianas empresas comerciales.

Bueno, pues, en esta línea de trabajo es en la que nace el Plan de Modernización de Mercados Municipa-

les de Andalucía, con la vocación de censar, analizar y definir recomendaciones para la modernización de estas instalaciones, de forma que se conviertan en mercados municipales de segunda generación.

De hecho, en realidad, podrían considerarse que son hasta 312 planes, uno por cada mercado, diferentes, porque hemos querido estudiar las características y el atractivo comercial de cada uno de los mercados, y proponerle un plan de actuación especialmente diseñado para cada uno de ellos, en función de sus potencialidades y de su tamaño, para lo que se han clasificado en pequeños, medianos y grandes. No obstante, existen grandes rasgos comunes que caracterizan a los mercados de abastos y que deben ser tenidos en cuenta a la hora de poner en práctica estos planes.

Hay que incrementar la actividad comercial de este formato, que —como saben— se corresponde con pequeñas empresas o, incluso, en algún caso, empresas de mediano tamaño. Bueno, pues, el 7'7 de los 312 mercados estudiados y el 35'3 de los puntos están cerrados de forma temporal o definitiva. Es necesario, por lo tanto, mejorar su atractivo comercial para atraer a más clientela y, a ser posible, a los más jóvenes. Sólo el 4'5% de las familias andaluzas prefieren los mercados municipales para comprar productos de consumo diario y, por el contrario, el 60% prefiere los supermercados. Sólo el 30% de la clientela de los mercados municipales son familias jóvenes; es decir, en este caso hemos considerado ese límite de edad en los que son menores de 40 años.

De lo que se trata es de adoptar medidas que permitan hacer que la compra en estos recintos sea algo agradable, cómodo y hasta divertido, al igual que ocurre en otros formatos comerciales de reciente aparición. No se trata de cambiar por cambiar, sino de tener en cuenta que, de las encuestas que hemos realizado, se desprende que el 70% de los consumidores demandan cambios en la prestación de servicios de los mercados.

Por tanto, el plan se dirige hacia dos tipos de medidas: hacia los clientes, ya que entendemos que es muy importante ampliar los horarios, para facilitar la compra de los usuarios que disponen de menos tiempo libre, puesto que actualmente la mayor parte de los mercados sólo están activos por la mañana; mejorar la accesibilidad y el aparcamiento, favoreciendo la ampliación del ámbito de influencia y una mayor comodidad en la compra; mejorar la imagen y las instalaciones —ambientación, diseño arquitectónico, organización por sectores, etcétera—; mejorar el mantenimiento —eliminar molestias, mejorar la limpieza: sólo el 30% de los analizados hemos visto que tiene un adecuado grado de limpieza; ofrecer servicios comunes —reparto a domicilio, utilización de tarjetas, carritos de compra, consigna— y también ofrecer otros servicios complementarios, como la cafetería, la galería comercial con productos no perecederos o incluso no alimentarios.

También hay otra serie de medidas que se dirigen hacia la gestión interna, teniendo en cuenta que en la actualidad sólo existen gerentes en 30 mercados y sólo el 34'7 tiene alguna fórmula de asociacionismo. Necesitamos, por lo tanto, impulsar ese agrupamiento: el asociacionismo. Favorecer un cambio hacia la gestión conjunta, hacia el trabajo en red; es decir, hacia la profesionalización de la gestión en todas sus dimensiones, desarrollando estudios de viabilidad que mejoran la rentabilidad de los mercados, proponiendo modelos de autogestión, bien municipal o por concesión a terceros, en función del tamaño y las características de cada uno de ellos y sus posibilidades, fomentando la gestión conjunta en promoción, imagen y también el entorno, incorporando nuevas tecnologías, incluso en la relación con los clientes, y mejorando —como les he indicado— la relación de los profesionales, en este caso, de quienes realizan su actividad despachando este tipo de productos.

Así, el plan propone tres pilares de actuación en los que seguir trabajando de forma coordinada, de forma conjunta con los Ayuntamientos, que son los responsables de estas instalaciones, y también con el sector privado. Queremos dar un paso, de forma que se pueda añadir este asunto al impulso que estamos realizando para la mejora de los inmuebles, y que ya ha supuesto una inversión notable en este sentido. Queremos ahora orientar nuestra inversión hacia aspectos más intangibles, pero de una enorme incidencia en el buen funcionamiento de estos servicios. De este modo, trabajaremos, además de en el entorno y en la adecuación del inmueble, también en la mejora de la gestión y en la prestación de servicios.

De hecho, este año hemos intensificado nuestros esfuerzos, concediendo por primera vez ayudas a estos mercados, a través de la línea de asociaciones para modernización, a través de las ayudas a pymes, o de las ayudas a urbanismo comercial, para el entorno o para la mejora de estas empresas. Hay 43 proyectos que van a suponer una inversión de 4.600.000 euros, el 50% de cuya cantidad financia la Consejería para construcción, mejora e implantación de nuevos sistemas de gestión en mercados municipales.

El plan que les acabo de presentar tendrá un papel destacado dentro de este III Plan Integral de Fomento del Comercio Interior para el período 2007-2010, que se encuentra en fase de diseño y que les presentaré una vez que se haya consensuado y esté aprobado por el órgano competente.

Nada más y muchas gracias.

El señor PRESIDENTE

—Gracias, señor Consejero.

A continuación, tiene la palabra el portavoz del Grupo proponente, señor Mesa Ciriza.

El señor MESA CIRIZA

—Gracias, señor Presidente.

Bueno, vamos a tratar de centrar un poco el trabajo de la Comisión en lo que debe ser el sentir de lo que es el Parlamento: el control, y también la función y

eficacia del Gobierno, frente a las respuestas y al cumplimiento de las iniciativas que aprueba también esta Comisión.

Pero yo creo es momento aprovechar este cumplimiento, claro cumplimiento del Gobierno, a petición de esta Comisión. Por tanto, un trabajo desarrollado desde este Parlamento, al cual yo creo que esta Comisión debe estar satisfecha. Y, además, agradecer que venga usted a explicárnoslo y darnos una información exhaustiva. Yo creo que retomemos y volvemos a una normalidad que yo creo que habíamos perdido. Pero, bueno, que está bien, y yo creo que cada partido es libre de orientar y enfocar sus acciones hacia donde quiera.

Pero el Parlamento tiene un sentido y, en este caso, ha cumplido una iniciativa del Grupo Socialista, aprobada por unanimidad de esta Comisión, y que se demuestra que el Gobierno cumple, el Gobierno de la Junta ha cumplido y trae a esta Comisión un plan, un plan de modernización de mercados municipales útil, bien realizado, que, en manos de los ayuntamientos y en manos de las entidades privadas, va a ser bueno y va a hacer posible aquello que proponíamos. Yo recuerdo en aquella fecha, no hace todavía ni un año —en ese paréntesis tengo que decir eficacia y rapidez en el cumplimiento de lo mandatado por el Parlamento—, ni tan siquiera ha pasado un año y ya ha dado cumplimiento a esta proposición no de ley que presentó el Grupo Socialista.

Decía en su ocasión la portavoz de mi Grupo, del Grupo Socialista, la señora Silvia Calzón, que los mercados municipales de abastos han constituido y siguen constituyendo desde hace mucho tiempo la principal fuente de distribución alimentaria en muchas poblaciones andaluzas. Yo creo que también hablábamos —y muchas veces coincidiendo en su exposición, en lo que usted nos decía— de la importancia que tiene no sólo desde el punto de vista comercial, no sólo desde el punto de vista de la proximidad hacia el consumidor, sino de su ubicación en los municipios, en nuestros municipios andaluces y de su ubicación excepcional, que, en algunos casos, están en su un entorno monumental. Y, por tanto, esa importancia de apostar por ellos, por el dinamismo, por dar riqueza y por dar vida al corazón de nuestras ciudades.

Yo creo que es una labor importante desde todos y cada uno de los puntos de vista, no sólo del comercial, sino también del reforzar urbanísticamente lo que es una ciudad, de darle composición a nuestros centros históricos, de darles seguridad, de darles dinamismo, de darles viveza, y, por tanto, unir en una sola acción nuestra apuesta por el municipalismo; pero, además, también por reforzar ese empleo y ese autoempleo que se da en los mercados municipales. Por tanto, dar cumplimiento a esas dudas y a esas cuestiones que nos hacían llevar a una petición a la Consejería de hacer este tipo de plan.

Coincidir en las conclusiones que se resumen, y que usted las ha expuesto, y que yo no quiero ahondar, simplemente el reseñarlas, como la ampliación de horarios. Es evidente, yo creo que la sociedad ha cambiado y los horarios de trabajo, la incorporación de la mujer al mundo laboral, todo ello ha hecho posible que el horario de apertura de un mercado tenga que variar; por tanto, tenga que adaptarse a las demandas, tenga que adaptarse a esta nueva sociedad, a una sociedad dinámica, de una Andalucía moderna, de una Andalucía que avanza —con un Gobierno socialista, por supuesto, a pesar de la voluntad de algunos o de la intención de algunos en mente—, pero una sociedad que avanza y que cambia sus hábitos, y por tanto hay que darle respuesta.

Hay que mejorar la accesibilidad y el aparcamiento; mejorar la imagen en las instalaciones; hay que mejorar el mantenimiento —como usted bien decía—: limpieza, eliminar olores, etcétera; hay que ofrecer servicios comunes, introducir las nuevas tecnologías, dar servicios competitivos, lo mismo que están ofreciendo esos otros tipos de comercio, las grandes superficies. Podemos, entre todos, podemos entre todos ser capaces de hacer que este mercado de abastos tenga, dé los mismos servicios y, por tanto, compita en la misma posibilidad y con las mismas armas que otro tipo de comercio.

Por tanto, yo creo que coincidimos en toda esa intención, coincidimos en los planteamientos, y no le quepa la menor duda de que este Grupo Socialista va a trabajar, y se pone a disposición, para dar cumplimiento y llevar a cabo todas las recomendaciones de este Plan de Mercados Municipales. Y la verdad es que vea usted en nuestro apoyo sinceridad y trabajo, porque, más allá de lo que pueda usted oír en algunas otras intervenciones —sacadas, yo creo que con toda seguridad, de contexto—, Andalucía avanza. No esas Andalucías negras que quieren pintar. Porque yo me hago una pregunta siempre que oigo esa ese análisis catastrofista de la realidad: si tanto tiempo llevamos gobernando los socialistas y tan mal lo estamos haciendo, ¿cómo lo estarán haciendo el resto de partidos, cómo lo estarán haciendo fundamentalmente los partidos de la derecha, cuando no los votan? O sea, eso me lleva a la conclusión de que no será verdad, de que está todo tan mal, de que hay esa catástrofe, sino de que Andalucía avanza. Los datos económicos lo dicen, y actuaciones y cumplimientos del Gobierno como éstos son los que nos empujan a seguir dando respuesta a los problemas que nos plantean los ciudadanos.

Y, por tanto, seguir con el trabajo diario y dignamente presentarnos ante ellos, y que volveremos a obtener de nuevo su confianza.

Nada más y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Mesa.

Tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Efectivamente, en un tiempo razonable —razonablemente corto— se ha hecho este trabajo de estudio y de análisis, y también de propuestas para la mejora de los mercados municipales que en Andalucía han tenido y tienen todavía una gran importancia en el abastecimiento, en garantizar el abastecimiento de productos de calidad —particularmente, como le indicaba, frescos—, de consumo de gran frecuencia, de consumo diario, que realizan nuestros ciudadanos.

Pero, además, también aportan otros valores, como son, por ejemplo, que, con relación a estos mercados, se está desarrollando toda una nueva gastronomía, ¿verdad? La cocina de mercado, que se llama, que es la cocina de lo que, en temporada, lo que, de manera permanente, de manera habitual, se ha consumido, se ha elaborado aquí por parte de la mayoría del pueblo andaluz. De manera que esa cocina de mercado pues yo creo que tiene un gran valor también, no sólo para la alimentación nuestra, sino también, incluso, desde un punto de vista turístico. Es una gastronomía esta, la cocina de mercado, que tiene muchos valores y que, si recuperamos el mercado, también va a tener relevancia en ese otro ámbito, como es el turístico.

Bueno, el plan que se ha hecho es un plan que parte del análisis, como les he indicado, de la realidad, de su estudio detenido y detallado, y que muestra la enorme diversidad que hay en los 312 mercados municipales que hay en Andalucía. Y que se requiere, por lo tanto, además de unas medidas comunes, una serie de actuaciones específicas. ¿Por qué? Pues porque cada mercado tiene una serie de restricciones y de limitaciones que hay que resolver. Y en muchos casos no dependen tanto de las materias de las que somos competentes, sino dependen de otras materias que influyen también sobre la actividad de estos centros, como, por ejemplo, pueden ser la accesibilidad, el aparcamiento, la comodidad para llegar y realizar las compras habitualmente. Y, cómo no, también de otra serie de componentes que hoy son muy comunes en los grandes operadores comerciales, como es el servicio a domicilio, el pago con tarjeta..., que es necesario poner igualmente al servicio de los usuarios de estos mercados.

De manera que ésas son, entre otras muchas, las líneas que pretendemos desarrollar: el poner a estas empresas, pequeñas y medianas, en común para que puedan realizar la misma oferta de servicios que tienen los grandes operadores comerciales, y que suponen hoy cosas irrenunciables para muchísimos consumidores. Y, además, añadirles a estos establecimientos el valor de tener, pues, los mejores productos frescos que hoy se pueden encontrar en el mercado, como, por ejemplo, son las mejores frutas y hortalizas, el mejor pescado, la mejor carne, etcétera.

Son establecimientos que tienen una especialización; que yo creo que tienen un gran valor, y esa especialización tiene..., tenemos que subrayarla y destacarla para que vuelvan a tener la vida, la actividad, y vuelvan también a ser un motivo de nueva actividad, de nueva revitalización de nuestros centros, porque normalmente estos mercados suelen estar ubicados, insertados en los centros. Incluso —algo que se ha comentado aquí anteriormente— podría ser interesante incorporarlos a estas iniciativas, como es, por ejemplo, tratar de coordinar, ¿eh?, en la medida de lo posible, los pequeños productores asociados en cooperativas para que puedan comercializar sus productos en estos recintos. Eso le daría un valor, ¿eh?, porque estaríamos intensificando esa promoción de productos de temporada, y productos, además, que se generan, que se producen, en el entorno, ¿eh?, con lo cual, pues se consigue, además, una actividad beneficiosa no sólo para quienes comercializan, sino también para quienes producen.

Hay muchas ideas contenidas en este plan, que se van a incorporar al tercer plan al que antes hace referencia, al de las actuaciones para impulsar el comercio en Andalucía, y que queremos desarrollar de la mano de nuestros Ayuntamientos; pero siempre planteándoles a los Ayuntamientos que aquí es muy importante contar con el sector privado, con las pequeñas empresas comerciales que realizan su actividad en estos mercados tradicionales.

De manera que es, como les digo, un punto de partida, que yo creo que va a producir un cambio, un salto cualitativo importante, en esa realidad tradicional que son los mercados de abastos andaluces.

Nada más y muchas gracias.

Pregunta Oral 7-06/POC-000558, relativa al Director General de Infraestructuras Deportivas.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Continuamos, pues, con el segundo punto del orden del día, preguntas con ruego de respuesta oral en Comisión.

En cuanto a la primera pregunta, relativa a modificación de la normativa de ferias comerciales andaluzas, ha llegado a la Mesa una solicitud de doña María Luisa Ceballos Casas para que pase a ser pregunta escrita, por lo cual pasamos a la segunda pregunta, relativa al Director General de Infraestructuras Deportivas. Para formularla, tiene la palabra el proponente, señor Rodríguez Domínguez.

Su señoría tiene la palabra.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta.

Señor Consejero, ¿cuando dimite don Leonardo Chaves?

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Gracias, señor Rodríguez.
Señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Señora Presidenta. Señor Diputado.
La pregunta dice: «¿Le ha aconsejado usted al Director General...?» Bien. Etcétera, etcétera. Bueno, pues yo no le he recomendado nada, simplemente porque no hay causa, ya que no ha incurrido en ninguna situación de incompatibilidad.
Nada más.

La señora PRESIDENTA

—¿Señor Rodríguez?

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta. Señor Consejero.
En primer lugar, alguien hablaba hace unos segundos de vuelta a la normalidad y de transparencia, y alguien también decía textualmente: «Como corresponde en democracia, yo soy muy respetuoso con lo que plantee el Parlamento, de manera que, si se me pide que comparezca, lo haré sin ningún problema». Y yo digo que eso es, simplemente, mentira, porque, señor Consejero, eso lo dijo usted...
[*Rumores*.]
¿Puedo seguir, señora Presidenta?

La señora PRESIDENTA

—Continúe, señor Rodríguez.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Muchas gracias por su amparo.
Decía que eso lo dijo usted, y su Grupo ha impedido su comparecencia, solicitada por este Grupo, para que hablara en el día de hoy de Climo Cubierta. Luego, de normalidad y de transparencia, poquito, y ahí está el acta de la Mesa, donde el Partido Socialista impidió su comparecencia en el día de hoy para hablar de un tema puro y duro de su Consejería. Luego sus palabras de comparecer en el Parlamento, mentira, y la actuación del Grupo Socialista, como bien acostumbra, de total incoherencia.
Señor Consejero, le decía lo de la dimisión dentro de la normalidad.
Usted tranquilo, tranquilo; no le entre la risa compulsiva, tranquilo.
Le decía, señor Consejero, que...

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, su tiempo se está agotando. Ruego sea breve.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Pues, señora Presidenta, lo de los cinco minutos reglamentarios parece que...

La señora PRESIDENTA

—Repartidos entre el proponente de la pregunta y el señor Consejero. Luego son dos y medio.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Si también se nos va a impedir... Si, además de la comparecencia, se nos impide también que hablemos, díganoslo. Si nos quieren tapar la boca en este Parlamento para que hablemos de los hermanos del señor Chaves, dígase con toda normalidad, como dicen ustedes.
[*Intervención no registrada*.]

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, desde la Mesa lo único que se le pide es que se ajuste al tiempo reglamentario. Ruego que sea más breve.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Pero que sea equilibrado en cuanto a la administración de los mismos.
Mire, señor Consejero...
Sí, sí, si es que nosotros, en nuestro legítimo derecho, vamos a hablar de los hermanos del señor Chaves, señor Consejero. No se pongan ustedes nerviosos, hombre.
Y mire, señor Consejero, a ver si nos aclaramos de una vez por qué don Antonio José Chaves vende sus acciones en Climo Cubierta 11 días antes de que en el BOJA se publique el nombramiento de don Leonardo Chaves como Director General de Tecnología e Infraestructuras Deportivas. Eso ¿cómo se come, señor Consejero? ¿Qué ocurre? ¿Que en la familia Chaves en la paella de los domingos, después, en el café, se comentan los temas?
Señor Consejero, en la literalidad de la pregunta: ¿Usted nombró o le nombraron a su Director General

de Infraestructuras Deportivas? Si usted fue quien lo nombró, ¿qué dijo el señor Presidente de la Junta de Andalucía cuando conoció tan sabia decisión? ¿O fue al revés?

Señor Consejero, ¿en qué capítulo se enmarca este nombramiento dentro del código de buen gobierno auspiciado por el señor Zapatero? ¿En qué capítulo se encuentra dentro de la dignificación de la mayoría absoluta de que hablaba el señor Presidente de la Junta de Andalucía en su discurso de investidura? Una reflexión, señor Consejero. Los de la normalidad, los de la transparencia, los de la coherencia. ¿Qué hubiera ocurrido si esto lo hace un Gobierno del Partido Popular?

¿Se acuerdan ustedes, señores del Partido Socialista, se acuerda usted, señor Consejero, cuando, en un momento dado, hubo una propuesta del Defensor del Pueblo, de Adjunto, a alguien que cumplía todos los requisitos, entre otras cosas el haber accedido a una oposición mediante concurso y como funcionario? ¿Se acuerdan ustedes? ¿Se acuerda usted, señor Consejero?

Señor Consejero, el caso Guerra ha pasado a ser el caso Chaves corregido y ampliado.

Y uno se pregunta: ¿No será que en todo esto también se ha encontrado al Consejero idóneo? Compatible, legal y ético. Como dice el señor Chaves con respecto a usted, Consejero-candidato, candidato-Consejero. Lo de su hermano, compatible, legal y ético.

Porque ¿es verdad o no que el hermano del Presidente de la Junta de Andalucía es responsable político de un presupuesto del cual, por una u otra vía, otro hermano empresario ha recibido más de treinta y tres millones de euros? Eso es una realidad objetiva, señor Consejero.

[*Rumores.*]

Si me dejan terminar, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Disculpe.

Les ruego a sus señorías silencio y le ruego también al señor Rodríguez que finalice, pues ya ha consumido cinco minutos.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Pero me imagino que sin los tiempos muertos, como en el baloncesto, ¿no, señora Presidenta?

La señora PRESIDENTA

—Dejemos de provocar entonces tiempos muertos y, por favor, finalice con la mayor brevedad posible.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Señora Presidenta, yo le aseguro que, en el legítimo uso de lo que ampara a este Grupo con arreglo al Reglamento, nosotros lo que venimos aquí es a formular iniciativas o de control o de impulso legislativo. Estamos en una iniciativa de control. Permítame..., haga usted que este Diputado pueda expresarse con libertad. Mire, la misma consideración le pueden parecer a su Grupo mis afirmaciones que, recíprocamente, a mí me puedan parecer las de su Grupo. Me parece el planteamiento correcto y equilibrado.

Le decía, señora Presidenta, señor Consejero...

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, es que va por seis minutos.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Son diez. Mire, mire, mire, ya le digo que sí. Si ustedes no quieren que hablemos de Climo Cubierta, díganlo.

La señora PRESIDENTA

—No, si no es cuestión de eso, señor Rodríguez. Es cuestión...

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Díganlo, señores del Partido Socialista. Díganlo. Díganlo.

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, es cuestión de que se ajuste al tiempo establecido en el Reglamento de esta Cámara. Es cuestión de eso.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Sí, señora Presidenta...

La señora PRESIDENTA

—Con lo cual yo les puedo permitir en unos segundos que termine de argumentar...

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Pues muy bien, pero, con todos los respetos...

La señora PRESIDENTA

—... pero debe finalizar ya.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con todos los respetos hacia la Presidencia, le solicito su amparo para que este Diputado pueda expresarse libremente en el uso de la palabra y no tenga que ser interrumpido, distraído y distorsionado en cuanto a su intervención. Me parece que no es mucho pedir, señora Presidenta.

Y termino con respecto a lo que le venía manifestando.

Señor... Parece que les resulta incómodo el tema, no sé por qué, porque, si es compatible, legal y ético.

Mire, realidades objetivas. En el año 2000, las empresas de los hermanos del señor Presidente...

La señora PRESIDENTA

—Señor Rodríguez, disculpe. Ha consumido siete minutos. Puede..., tiene la opción de utilizar menos retórica. En este momento ningún Diputado de ninguno de los otros Grupos le estaba interrumpiendo. Entiende esta Mesa que ya ha consumido de sobra su tiempo, por lo cual tiene la palabra de nuevo el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Señorías.

Sobre esta materia, sobre este asunto, la Inspección General de Servicios abrió un expediente, que ha concluido, y en el que se dice que no se aprecia incumplimiento alguno de la Ley de Incompatibilidades de Altos Cargos.

Por lo tanto, no se ha incurrido en ninguna situación de incompatibilidad y no hay ninguna recomendación que hacer al efecto.

Nada más y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Continuamos con la siguiente pregunta.

Señor Rodríguez, le recuerdo que ha agotado su tiempo en cuanto a esta iniciativa.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta.

Una cuestión de orden, antes de pasar a tal, y que quiero hacer llegar al señor letrado, que haga constar en el acta de la sesión que haremos llegar a la Mesa de la Cámara nuestra protesta formal por impedirnos el uso de nuestra libertad de expresión en esta sesión, en esta Comisión, en cuanto a la intervención de la Presidencia, que estimamos que no ha sido imparcial, y hacemos llegar nuestra mesa..., nuestra queja, perdón —y que así conste en el *Diario de Sesiones*—, a la Mesa de la Cámara.

Muchas gracias, señora Presidenta.

Pregunta Oral 7-06/POC-000561, relativa al proyecto de piscinas cubiertas.

La señora PRESIDENTA

—Gracias, señor Rodríguez. Constará, no le quepa la menor duda, de la misma manera que, lógicamente, quedará constancia de que usted ha consumido ocho minutos de tiempo.

Continuamos con la siguiente pregunta, relativa al proyecto de piscinas cubiertas. Para formularla tiene la palabra el Diputado proponente, señor Rodríguez Domínguez.

Su señoría tiene la palabra.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta.

A tenor de la intervención anterior, habría que comenzar la nueva intervención de este portavoz diciendo o preguntando que cuántas de las 51 piscinas va a construir el hermano del señor Chaves. Pero, en remisión a la literalidad de la pregunta, en principio me remito a la misma.

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Rodríguez.

A continuación tiene la palabra el señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—No hay elaborado ninguno de esos 51 proyectos, puesto que esos 51 proyectos son para un horizonte temporal de diez años.

Nada más y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Señor Rodríguez, su señoría tiene la palabra.

El señor RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ

—Con la venia, señora Presidenta.

Señor Consejero, parece que, en principio, hay sólo humo. Gracias por una vez por decir la verdad.

Señor Consejero. Palabras del señor Jiménez Barrios, Secretario General para el Deporte: «El déficit que presenta la Comunidad andaluza en infraestructuras municipales para natación», según dice el ex Alcalde de Chiclana... Por cierto, ahí también Climo Cubierta ha hecho alguna que otra actuación. Dice el señor Jiménez Barrios que ha habido déficit.

Señor Consejero, ha reconocido un fracaso. Se ve que usted, que está muy ocupado en otras cuestiones, en la comisión de servicios tiene cierto desorden en la Consejería. Porque, mire, si el déficit ha existido, será achacable a su Gobierno, ¿no, señor Consejero?

Señor Consejero, ha dicho que 10 años, horizontes lejanos. ¿Qué tipo de instalaciones van a ser las 51 piscinas cubiertas que usted anuncia? ¿Cubiertas presostáticas? ¿De las que se caen, como en Huelva, a los tres meses de su instalación? Climo Cubierta. ¿Fijas? ¿Va a haber objetividad y transparencia, señor Consejero? Porque ha sido muy grave lo que ha dicho su compañero de partido —y nada menos que Presidente de la Federación Andaluza de Municipios y Provincias—, en el mismo acto donde usted presentaba lo de las 51 piscinas cubiertas. Y decía el señor Toscano: «El actual Gobierno va a garantizar objetividad y transparencia, ya que huye de prácticas de años anteriores». Pero, ¿quién estaba en años anteriores, el partido galáctico del orden del mundo mundial?

Prácticas objetivas. Me imagino que la objetividad se referiría, lógicamente, a los hermanos del señor Presidente de la Junta de Andalucía porque, a tenor de lo poco que les gusta a ustedes hablar del tema, ¿va a convertir la Consejería en sastrería, señor Plata? ¿Se trata de 51 piscinas cubiertas o de 51 trajes a medida encargados por el señor Chaves en la sastrería particular? Me gustaría conocer ampliación de estos datos y de estas cuestiones, para que la normalidad y la transparencia no le pongan a usted tan nervioso. Y, cuando lo estime usted conveniente, y dado que a este Grupo se le ha impedido hablar en esta Comisión del objeto de la comparecencia que se pedía en la Mesa de la misma —que era de Climo Cubierta—, que afecta a su Consejería, antes de irse —lo debería haber hecho usted ya hace bastante tiempo, para cumplir lo de compatible, legal y ético—, tenga la valentía política, tenga la decencia y tenga la dignidad —si algún ápice tiene de estos conceptos— de ser usted el que, en la próxima Comisión, pida la comparecencia propia. Eso sería hacer honor a la transparencia y a la normalidad. Lo demás se llama cobardía política y ampararse en una mayoría absoluta, para impedir que usted venga a hablar, en esta Comisión, como debiera haber venido en el día de hoy, de lo que le solicitaba el principal Grupo de la oposición: de los chanchullos de los hermanos del Presidente de la Junta de Andalucía.

Muchas gracias, señora Presidenta.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Rodríguez.

Señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Señora Presidenta.

Como he comentado, son proyectos a realizar en ese período, según indica el Plan Director de Instalaciones Deportivas. Y estos proyectos, en su mayor parte, los redactarán, casi en su totalidad, las entidades con las que firmemos convenios de colaboración. Serán ellas quienes redacten y adjudiquen esas inversiones en el futuro.

Y, por último, me gustaría que el señor parlamentario se viese en su expresión, en sus imágenes, en su forma, porque creo que se preocuparía notablemente si pudiera verse.

Nada más, y muchas gracias.

Pregunta Oral 7-06/POC-000588, relativa a la colaboración con Patronatos Provinciales de Turismo.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Continuamos con la última pregunta, con ruego de respuesta oral, relativa a la colaboración con Patronatos Provinciales de Turismo. Para formularla, tiene la palabra el portavoz del Grupo proponente, el señor Sicilia Luque.

Su señoría tiene la palabra.

El señor SICILIA LUQUE

—Gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, con el debido respeto —no como hacen otros en este Parlamento—, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte colabora con los Patronatos Provinciales de Turismo en la promoción turística, a través de una convocatoria de ayudas que sirve para impulsar los proyectos sobre nuevas tecnologías, asistencia a ferias y elaboración de material de *marketing*.

El Grupo Parlamentario Socialista le traslada la siguiente pregunta, relativa a la convocatoria del año 2006: ¿Qué ayudas ha dispuesto la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte para impulsar las actuaciones de los Patronatos Provinciales de Turismo y qué objetivos se pretenden conseguir con estas colaboraciones?

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Sicilia.
Señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Muchas gracias, señora Presidenta.
Señor Sicilia, este año hemos destinado a la colaboración con los Patronatos casi seis millones de euros. Exactamente son 5.580.000 euros en acciones de promoción y *marketing*, que incluyen la participación en ferias, en jornadas, en proyectos tecnológicos y en material promocional. Este apoyo viene a suponer el 60% del presupuesto de estos organismos provinciales, que van a invertir en total —con los recursos que aporten las Diputaciones y los que ellos, propios, de manera individual, puedan generar—, va a suponer una inversión total de 10.400.000 euros. Venimos aumentando estas ayudas y, con respecto a 2005, ese incremento se eleva al 24'3%
Y, además, con respecto a 2004, hemos multiplicado por 4'5 veces las ayudas concedidas en este año. Es decir, hay una apuesta decidida por trabajar conjuntamente con los Patronatos, sumando esfuerzos, para ser más eficientes en esa labor de captación del mayor y mejor turismo posible.
Nada más, y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.
Señor Sicilia.

El señor SICILIA LUQUE

—Gracias, señora Presidenta.
Gracias, señor Consejero, por el esfuerzo de su Consejería para ayudar a estos Patronatos Provinciales de Turismo. Y, una vez más, parece mentira, pero a algunos no les interesan estas informaciones y a lo único que vienen a este Parlamento es a la bronca y a la descalificación personal.
Nada más, y muchas gracias.

Pregunta Oral 7-06/POC-000591, relativa al Centro Andaluz de Medicina del Deporte.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Sicilia.
Pasamos, ahora así, a la última pregunta con ruego de respuesta oral, relativa al Centro Andaluz de Medicina del Deporte. Para formularla, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, señor Mesa Ciriza.

El señor MESA CIRIZA

—Gracias, señora Presidenta.
Lamentando la postura de la oposición, que se ausenta en un ejercicio que no es muy democrático, más allá de lo que predican, pero...
Bueno, respondiendo al orden del día, democráticamente aprobado en el órgano legítimo, que es la Mesa de esta Comisión, con los procedimientos ordinarios establecidos, democráticos, en presencia del Letrado y con presencia del Portavoz del Grupo de la oposición, se tomó una decisión políticamente correcta y que yo mantengo, porque no se trata de ocultar nada sobre ningún caso que se invente, ni ninguna trama que se quiere inventar el Partido Popular en esta casa. Ya había —y se produjo con posterioridad— una comparecencia del Consejero de Presidencia, explicando todos los aspectos que exigía el Partido Popular. Punto. Si, a partir de ahí, no se tienen otros argumentos y se quiere insistir, lo lamento; pero no me gustaría que se pusiera en duda la legitimidad y democracia de un acto del que yo fui parte en la Mesa de la Comisión de Turismo, Comercio y Deporte.
Y, ahora sí, entro en este orden del día, aunque a la oposición no le guste entrar en los temas de avance y de democracia y de futuro de Andalucía, sino que le gusta entrar en la camorra política.
Señor Consejero, ¿cuál es la valoración que realiza su Consejería sobre el funcionamiento del Centro Andaluz de Medicina del Deporte, con relación al nivel de asistencia sanitaria realizada a deportistas andaluces en lo que va de año?

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Mesa.
Señor Consejero.

El señor CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—El Centro Andaluz de Medicina Deportiva, señorías, ha realizado, entre enero y agosto, un total de 5.100 asistencias sanitarias, es decir, consultas especializadas médico-deportivas, lo que requiere un tiempo medio de unas tres horas. Y, según esa cifra, y proyectándola para todo el año, vamos a sobrepasar ampliamente las seis mil asistencias que ya se realizaron en 2005. De manera que, con este tipo de trabajo, se atienden las necesidades que tienen los deportistas, particularmente los de alta competición, incluyendo los profesionales más destacados. Así, por ejemplo, se han hecho pruebas a los deportistas de equipos

profesionales de fútbol, también en baloncesto, balonmano, voleibol, etcétera. Tenemos ahí unas unidades, una unidad de apoyo muy importante para deportistas profesionales, que necesitan un seguimiento bastante preciso de sus capacidades físicas.

También, durante el último trimestre del curso escolar 2005-2006, ya en este año, se puso en marcha un proyecto piloto de salud en el deporte, destinado a población infantil, con una unidad móvil que recorrió varios centros escolares para realizar controles de salud entre los alumnos de los centros donde fue esta unidad. Éste es un proyecto piloto que, inicialmente, ha realizado una serie de estudios, de controles de salud, para, posteriormente, ir ampliando el trabajo a otros lugares, durante el presente curso.

Bueno, a través de este conjunto de medidas, lo que pretendemos es ayudar a que se tomen las debidas cautelas, a que se haga prevención y se programe, en materia de salud deportiva, las actividades que realizan, también, no sólo los deportistas de alta competición, sino los niños. Y de todo ello reciban información los profesores de educación física.

Estos servicios —los que presta el instituto— se realizan en distintas áreas de trabajo, como son, por ejemplo: la orientada hacia el aparato locomotor, en biomecánica; la fisiología del ejercicio, medicina interna, recuperación funcional, nutrición, y también la que hemos puesto en marcha este año, de atención psicológica al deportista, en la que estamos realizando una inversión interesante: 16.400 euros, financiados al cien por cien por la Consejería, para prestar apoyo a 444 integrantes, que son los del programa de alto rendimiento de Andalucía, que, como sabe usted, busca identificar y apoyar a deportistas de alta competición, de alto nivel.

Todos estos servicios se realizan en las sedes que tiene este instituto en las ocho provincias. Con lo cual, atendemos también, desde un punto de vista territorial, es decir, de manera equilibrada, las necesidades que en estos ámbitos tiene el deporte andaluz.

Nada más, y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Consejero.

Señor Mesa.

El señor MESA CIRIZA

—Gracias, señora Presidenta.

Muchas gracias por su respuesta, señor Consejero.

La verdad es que comparto esa valoración. Mi satisfacción por el cumplimiento de los objetivos de estos órganos, un órgano de Gobierno, un órgano de este Gobierno andaluz, dedicado al trabajo y al esfuerzo para solucionar los problemas de los ciudadanos. Y la verdad es que, si tiene esa aceptación y ese uso, es por credibilidad. Credibilidad, confianza y aceptación, cosa que les falta a algunas de las aportaciones que se hacen por otros Grupos en esta Comisión, que yo creo que están más en la línea de buscar la mochila, la furgoneta Kangoo y algunas otras historias sobre el 11-M, aireadas por determinados medios de comunicación que, coincidentemente, airean otros de los que se empeñan determinados partidos de la oposición.

Nada más, y muchas gracias.

La señora PRESIDENTA

—Muchas gracias, señor Mesa.

Damos por concluida la sesión de esta Comisión.

© Parlamento de Andalucía
Diseño, maqueta y composición: Servicio de Publicaciones Oficiales
Edición digital: Parlamento de Andalucía. Correo electrónico: diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es
Sevilla. ISSN: 1134-7279. Depósito Legal: SE. 1550-1994