

DIARIO DE SESIONES D S P A



PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

COMISIONES

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

Presidencia: Ilmo. Sr. D. Luis Pizarro Medina

Sesión celebrada el jueves, 1 de diciembre de 2016

ORDEN DEL DÍA

COMPARECENCIAS

10-16/APC-001070. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la estrategia turística de Andalucía relativa al segmento turístico de ferias y congresos, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-16/APC-001087. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre líneas de financiación de la Consejería de Turismo y Deporte a entidades locales para instalaciones deportivas y equipamiento, presentada por los Ilmos. Sres. D. Mario Jesús Jiménez Díaz, D. José Muñoz Sánchez, Dña. María Luisa Bustinduy Barrero, D. Miguel Castellano Gámez, Dña. Modesta Romero Mojarro y Dña. Adela Segura Martínez, del G.P. Socialista.

10-16/APC-001134. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre Plan de Deporte en Edad Escolar de Andalucía, presentada por el G.P. Podemos Andalucía.

10-16/APC-001135. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la participación de la Consejería de Turismo y Deporte en ferias de turismo, presentada por el G.P. Podemos Andalucía.

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 10-16/APC-000998. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la aplicación de las nuevas tecnologías al sector del turismo, presentada por el G.P. Ciudadanos.
- 10-16/APC-001088. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre Internet y turismo en Andalucía, presentada por los Ilmos. Sres. D. Mario Jesús Jiménez Díaz, D. José Muñoz Sánchez, Dña. María Luisa Bustinduy Barrero, D. Carmelo Gómez Domínguez, D. Luis Pizarro Medina y Dña. María Nieves Ramírez Moreno, del G.P. Socialista.

10-16/APC-001136. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre el nuevo Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

PREGUNTAS ORALES

10-16/POC-001556. Pregunta oral relativa al plan especial de desarrollo de la Costa Tropical, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

10-16/POC-001644. Pregunta oral relativa a declaración de fiesta de interés turístico de Andalucía de las fiestas en honor a María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

10-16/POC-001648. Pregunta oral relativa a la ciudad de Almería y eje turístico andaluz, formulada por el Ilmo. Sr. D. Amos García Hueso, del G.P. Popular Andaluz.

10-16/POC-001650. Pregunta oral relativa a Sevilla y la Red de Juderías, formulada por el Ilmo. Sr. D. Jaime Raynaud Soto, del G.P. Popular Andaluz.

10-16/POC-001651. Pregunta oral relativa a convalidación de títulos para obtención del carné oficial de guía turístico, formulada por el Ilmo. Sr. D. Félix Romero Moreno, del G.P. Popular Andaluz.

10-16/POC-001666. Pregunta oral relativa a Huelva, Ciudad Gastronómica Española 2017, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María del Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

10-16/POC-001796. Pregunta oral relativa a la actividad del centro Andalucía Lab de Marbella, Málaga, formulada por los Ilmos. Sres. D. Carlos Hernández White y D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

10-16/POC-001833. Pregunta oral relativa a nueva aerolínea en el aeropuerto Granada-Jaén, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero, D. Julio Millán Muñoz y D. Miguel Castellano Gámez, del G.P. Socialista.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

10-16/POC-001834. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de Grandes Ciudades, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero y Dña. Modesta Romero Mojarro, del G.P. Socialista.

10-16/POC-001855. Pregunta oral relativa a vulneración del derecho a la información por parte de la empresa pública Cetursa Sierra Nevada, S.A., formulada por el Ilmo. Sr. D. David Jesús Moscoso Sánchez, del G.P. Podemos Andalucía.

PROPOSICIONES NO DE LEY

10-16/PNLC-000326. Proposición no de ley relativa a campos de césped artificial en Huelva capital, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-16/PNLC-000327. Proposición no de ley relativa a culminación del Estadio de la Juventud de Granada, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

SUMARIO

Se abre la sesión a las nueve horas, treinta y ocho minutos del día uno de diciembre de dos mil dieciséis.

COMPARECENCIAS

10-16/APC-001087. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre líneas de financiación de la Consejería de Turismo y Deporte a entidades locales para instalaciones deportivas y equipamiento (pág. 8).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

Dña. María Nieves Ramírez Moreno, del G.P. Socialista.

10-16/APC-001134. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre Plan de Deporte en Edad Escolar de Andalucía (pág. 14).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

D. David Jesús Moscoso Sánchez, del G.P. Podemos Andalucía.

10-16/APC-001135. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la participación de la Consejería de Turismo y Deporte en ferias de turismo (pág. 22).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

D. David Jesús Moscoso Sánchez, del G.P. Podemos Andalucía.

10-16/APC-001070. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la estrategia turística de Andalucía relativa al segmento turístico de ferias y congresos (pág. 28).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

10-16/APC-000998 y 10-16/APC-001088. Comparecencias del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la aplicación de las nuevas tecnologías al sector del turismo en Andalucía (pág. 35).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

Dña. Carmen Céspedes Senovilla, del G.P. Popular Andaluz.

Dña. María Luisa Bustinduy Barrero, del G.P. Socialista.

10-16/APC-001136. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre el nuevo Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 (pág. 47).

Intervienen:

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

Dña. María del Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

PREGUNTAS ORALES

10-16/POC-001651. Pregunta oral relativa a convalidación de títulos para obtención del carné oficial de guía turístico (pág. 55).

Intervienen:

D. Félix Romero Moreno, del G.P. Popular Andaluz.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001644. Pregunta oral relativa a declaración de fiesta de interés turístico de Andalucía de las fiestas en honor a María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute (pág. 58).

Intervienen:

Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001648. Pregunta oral relativa a la ciudad de Almería y eje turístico andaluz (pág. 60).

Intervienen:

D. Amós García Hueso, del G.P. Popular Andaluz.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

10-16/POC-001650. Pregunta oral relativa a Sevilla y la Red de Juderías (pág. 64).

Intervienen:

D. Jaime Raynaud Soto, del G.P. Popular Andaluz.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001556. Pregunta oral relativa al plan especial de desarrollo de la Costa Tropical (pág. 67).

Intervienen:

D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001666. Pregunta oral relativa a Huelva, Ciudad Gastronómica Española 2017 (pág. 70).

Intervienen:

Dña. María del Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001796. Pregunta oral relativa a la actividad del centro Andalucía Lab de Marbella, Málaga (pág. 73).

Intervienen:

D. Carlos Hernández White, del G.P. Ciudadanos.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001833. Pregunta oral relativa a nueva aerolínea en el aeropuerto Granada-Jaén (pág. 76).

Intervienen:

D. Julio Millán Muñoz, del G.P. Socialista.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001834. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de Grandes Ciudades (pág. 79).

Intervienen:

Dña. Modesta Romero Mojarro, del G.P. Socialista.

D. Francisco Javier Fernández Hernández, consejero de Turismo y Deporte.

10-16/POC-001855. Pregunta oral relativa a vulneración del derecho a la información por parte de la empresa pública Cetursa Sierra Nevada, S.A.

Decaída.

PROPOSICIONES NO DE LEY

10-16/PNLC-000326. Proposición no de ley relativa a campos de césped artificial en Huelva capital (pág. 82).

Intervienen:

D. Guillermo José García de Longoria Menduiña, del G.P. Popular Andaluz.

Dña. María del Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

Dña. María del Carmen García Bueno, del G.P. Podemos Andalucía.

Dña. Modesta Romero Mojarro, del G.P. Socialista.

Votación: aprobada por 7 votos a favor, 7 votos en contra y 2 abstenciones, por voto ponderado.

10-16/PNLC-000327. Proposición no de ley relativa a culminación del Estadio de la Juventud de Granada (pág. 90).

Intervienen:

Dña. María Francisca Carazo Villalonga, del G.P. Popular Andaluz.

Dña. María del Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

Dña. María del Carmen García Bueno, del G.P. Podemos Andalucía.

D. Miguel Castellano Gámez, del G.P. Socialista.

Votación: rechazada por 6 votos a favor, 7 votos en contra y 2 abstenciones.

Se levanta la sesión a las catorce horas, veintiséis minutos del día uno de diciembre de dos mil dieciséis.

10-16/APC-001087. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre líneas de financiación de la Consejería de Turismo y Deporte a entidades locales para instalaciones deportivas y equipamiento

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías, vamos a comenzar —como decía— la reunión. Ha habido una solicitud de cambio de punto del orden del día que hemos atendido desde la Mesa. Recordarles también a sus señorías que en la reunión de la Mesa establecimos que las intervenciones, teniendo en cuenta el orden del día, que las intervenciones las íbamos a plantear con una intervención, por el consejero, con el tiempo concedido, que son 15 minutos, y después una sola intervención, una sola intervención de siete minutos para los proponentes, en el supuesto de comparecencia sola, una intervención de siete minutos para las comparecencias agrupadas, y de tres minutos para los que no hayan firmado la comparecencia, de menor a mayor. En eso fue en lo que quedamos y, por lo tanto, comenzamos entonces la reunión con un primer punto del orden del día, que es la comparecencia, la solicitud de comparecencia del consejero, por parte del Partido Socialista, a fin de informar sobre líneas de financiación de la Consejería de Turismo y Deporte a entidades locales para instalación deportiva y equipamiento.

El consejero tiene la palabra.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Buenos días, señorías, en estos lluviosos días, buenos días.

Siempre, señorías, siempre que he tenido la oportunidad he expresado que en la transformación del sistema deportivo andaluz las infraestructuras y equipamientos de estas han sido y seguirán siendo una pieza clave. Y ello tiene un motivo: en Andalucía tenemos clara la importancia del fomento de la práctica deportiva entre nuestros ciudadanos y ciudadanas. De hecho, de un 33% de la población andaluza que practicaba deporte en 2010 hemos pasado actualmente a un 45,7%, lo que supone que más de 3,8 millones de personas mayores de 15 años realizan algún tipo de actividad deportiva al menos una vez a la semana.

La práctica deportiva conlleva numerosos beneficios sociales y económicos, y favorece la salud y el bienestar de las personas. En definitiva, la práctica deportiva es un factor fundamental para elevar nuestra calidad de vida. Y para que esta práctica deportiva siga creciendo tenemos que contar con buenas instalaciones y tenemos que apoyar a quienes la fomentan, a esos clubes y entidades que día a día trabajan en beneficio del deporte. Con ese objetivo para favorecer y fomentar la práctica deportiva hemos realizado la convocatoria de tres subvenciones que paso a recordarles rápidamente para centrarme en la concerniente a esta comparecencia: Una primera, destinada al fomento de infraestructuras y equipamientos deportivos para las entidades locales de Andalucía.

La segunda, de equipamientos deportivos para los clubes y secciones deportivas de Andalucía.

Y una tercera, para el fomento de clubes deportivos. Desde esta consejería, se lleva a cabo así un gran esfuerzo inversor de unos once millones y medio de euros en tres anualidades, para subvencionar tanto a las entidades locales como a los clubes deportivos; de ellos, 5.142.000 euros este año. Con ellos vamos a posibilitar, por un lado, la reforma o mejora de las instalaciones deportivas de las entidades locales, así como su equipamiento deportivo. Y, por otro, la mejora del equipamiento con el que cuentan nuestros clubes, dando respuesta a una gran demanda persistente.

Brevemente, decirles que la segunda línea de subvención es la destinada a la adquisición de equipamiento deportivo por los clubes y secciones deportivas de Andalucía. Con esta convocatoria, el Gobierno andaluz asigna 500.000 euros en 2016 para colaborar con los clubes en la adquisición de material deportivo inventariable, material no fungible necesario para el adecuado desarrollo de las prácticas deportivas.

El principal objetivo de estos incentivos es garantizar el desarrollo de la práctica deportiva de la ciudadanía con un equipamiento adecuado y responden a una demanda del colectivo de clubes desde hace más de una década, ya que la última convocatoria de esta modalidad se abrió en 2003. Estas ayudas persiguen, además de contribuir al adecuado desempeño de la modalidad deportiva del solicitante, a fomentar el deporte en edad escolar, otorgando mayor puntuación a aquellos clubes y secciones deportivas con programas inscritos en el plan de deporte en edad escolar.

Y la tercera línea de subvenciones citadas son las destinadas al fomento de los clubes deportivos andaluces, cuyo importe para este año alcanza los 302.000 euros. Estos incentivos, de los que se beneficiarán más de mil clubes de toda Andalucía, pretenden impulsar el deporte entre los menores con edades comprendidas entre 6 y 18 años, apoyando la organización de escuelas deportivas y participando en competiciones oficiales en edad escolar.

Andalucía es la comunidad con mayor número de clubes deportivos federados, con 11.831, lo que supone algo más del 17% del total nacional, y la segunda con el número de licencias federadas, con más de 516.000 licencias.

Y en relación con la primera de las subvenciones cuya orden se publicó en el *BOJA* del 27 de septiembre, serán las destinadas a infraestructuras y equipamientos deportivos para las entidades locales. A través de esta convocatoria, la consejería destina a los municipios andaluces un total de 10.685.000 euros, distribuidos en las anualidades de 2016, 2017 y 2018, siendo la de este año, 2016, de 4.340.000 euros. Con ello queremos dar respuesta a la demanda social existente de prácticas deportivas, fomentando en todos los municipios andaluces instalaciones deportivas básicas que garanticen el acceso a la ciudadanía a las prácticas deportivas en condiciones de igualdad. Para ello hemos analizado las necesidades del parque deportivo andaluz a nivel municipal, considerando a estas entidades como las más necesitadas de ayudas públicas, con el objetivo de cubrir los déficits existentes en materia de infraestructuras y equipamientos deportivos. Y, como consecuencia de este estudio, el objetivo fundamental que nos hemos planteado ha sido el de mejorar y reformar aquellas instalaciones deportivas más demandadas por la ciudadanía, como pabellones, pistas polideportivas al aire libre y campos de fútbol de césped artificial, y dotarlas del equipamiento deportivo necesario para su adecuada puesta al uso público.

Así, estamos garantizando el acceso de todos los ciudadanos a la práctica deportiva, persiguiendo la viabilidad y manteniendo las instalaciones, poniendo en valor y rentabilizando las inversiones realizadas por la Junta de Andalucía, y apostando también por las mejoras y reformas del parque deportivo existente.

Señorías, esto representa una novedad porque supone que las inversiones no se destinarán a la construcción de obra nueva, sino a la reforma y mantenimiento de las existentes, lo cual parece más acorde con el contexto económico y social actual de los municipios andaluces.

Dicho esto, paso a detallarles cuál es la situación actual de esta convocatoria en lo que a los datos de tramitación se refiere. Pues bien, se han presentado 473 solicitudes a día de hoy. El procedimiento administrativo está en fase de estudio y valoración de toda la documentación entregada. En lo concerniente al número de solicitudes por cada una de las líneas de ayuda que recoge la convocatoria, es el que paso a mencionarles a continuación:

Para la instalación de césped artificial en campos de fútbol de albero, tierra o césped natural, 78 solicitudes.

Para sustitución de tapiz de césped artificial en campo de fútbol, 25 solicitudes.

Para sustitución o colocación de pavimento deportivo en pabellón, 30 solicitudes.

Para impermeabilización en cubierta de pabellón, 22 solicitudes.

En cuanto a la reparación de pistas polideportivas, 125 solicitudes.

Y, por último, para equipamiento deportivo, 127 solicitudes.

A partir de aquí, se trata de imprimir la mayor velocidad posible en la tramitación, y puedo trasladarles que en ello estamos sin la menor pérdida de tiempo. En definitiva, en 2016, la Junta de Andalucía destinará de sus presupuestos 802.000 euros, 500.000 más otros 302.000 a clubes, secciones deportivas y programas de edad escolar, y 10.685.000 euros distribuidos en tres anualidades para la mejora y puesta en uso de infraestructuras deportivas en Andalucía.

Nuestro objetivo último es conseguir que cada día más andaluces y andaluzas realicen ejercicio físico y deporte, velando por su salud y su seguridad en aplicación de la Ley del Deporte aprobada en este año.

Para la consecución de estos objetivos y avanzar en este camino también tuvimos por necesidad que cambiar la antigua Ley del Deporte de Andalucía, que databa de 1998, como así hemos hecho para adaptarla a las necesidades.

La nueva ley, aprobada por unanimidad por sus señorías, tiene en cuenta las demandas, realidades y necesidades de la población andaluza del siglo XXI. Y en ella el deporte, en mayúsculas, se considera un derecho básico que garantiza su práctica en condiciones de igualdad con seguridad y bajo parámetros de calidad y de protección de la salud pública.

Un proyecto de ley, en definitiva, justo, moderno, innovador y de calidad. Y en este compromiso de Andalucía con el deporte estamos y seguiremos estando.

En definitiva, señorías, nos sentimos muy satisfechos con esta convocatoria relativa a infraestructuras y equipamiento en tanto que sirve de ayuda a entidades locales y, por ende, alienta a continuar la mejora de la práctica deportiva de nuestra ciudadanía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

La señora Nieves Ramírez Moreno, del Grupo Socialista, tiene la palabra por siete minutos.

La señora RAMÍREZ MORENO

—Gracias, señor presidente.

Bueno, como hemos hablado, no vamos a agotar los tiempos, yo, por lo menos, voy a ser..., voy a intentar ser lo más breve posible.

Dar las gracias a sus señorías por haber permitido el cambio de orden del día, que nos favorece tanto al compañero Javi Moscoso como a mí.

Tampoco me quiero extender mucho en hablarles de deporte porque también sé que tenemos otra comparecencia después.

Yo creo, señor consejero... Bueno, hoy cambiamos de tercio, hablamos de deporte. Habitualmente estamos acostumbrados a hablar casi siempre del turismo, que ocupa la mayor parte del tiempo, pero creo que es importante hablar del deporte y, sobre todo, de estas líneas de financiación a entidades locales para instalaciones deportivas y equipamiento, como bien ha explicado.

Como recoge en la exposición de motivos de nuestra Ley del Deporte, aprobada hace unos meses, el deporte es un idioma universal y sinónimo de paz, que está configurado como uno de los fenómenos sociales más importantes, influyentes y significativos de la sociedad actual, tanto como práctica cotidiana de los ciudadanos, como espectáculo de masas, representando en ambos casos una suma inmensa de valores positivos que colabora en la creación de una sociedad mejor. Partiendo de esta premisa de los valores que transmite el deporte, la práctica de una actividad física de forma regular, estable y moderada ayuda a mejorar tanto la salud física como psicológica, incrementando así la calidad de vida. La práctica de ejercicio regular contribuye a instaurar estilos de vida más saludables y reducir o eliminar factores de riesgo asociados al sedentarismo.

Usted lo ha dicho en su comparecencia y aquí he anotado el dato, el 45,7% practica deporte al menos una vez en semana, lo que supone 3,8 millones de personas mayores de 15 años practicando deporte en nuestra tierra. Un aumento considerable en los últimos años que nos hace ver que cada vez son más las personas que deciden apostar por la calidad de vida, contribuyendo el ejercicio físico al abandono de hábitos tóxicos, al mantenimiento también de dietas equilibradas y al menor consumo de alcohol. La actividad física regular proviene cambios, generalmente, muy importantes en el estilo de vida. Y por ello es importante que las instituciones garanticen su práctica, el acceso e igualdad, como recoge nuestra Ley del Deporte, el deporte como un derecho que debe garantizarse en condiciones de igualdad, seguridad, salud y calidad.

La Ley del Deporte, también lo ha dicho usted, presta especial cuidado a la infancia y al deporte en edad escolar, y para ello también se establecen mecanismos de participación activa de padres y madres mediante la creación de escuelas de padres y madres para favorecer la coeducación transversal de sus hijos desde la participación responsable. Una ley innovadora y creo que bastante..., con bastante consenso, aprobada por unanimidad y con una magnífica acogida por parte también, como nos consta, de los andaluces y andaluzas. Porque es importante practicar deporte, pero, igualmente, debemos prestar atención a las condiciones en las que lo practicamos. Esta ley ha dado un gran paso hacia adelante en el mundo deportivo, se ha hecho un buen trabajo por parte de esta comisión para sacar, seguro, el mejor texto posible.

Esta comparecencia que pedía hoy el Grupo Socialista la hacíamos para conocer los detalles de las líneas de subvenciones que, como bien nos ha explicado, tiene a fin adaptar las instalaciones a la realidad

existente, y apoyando, sobre todo, a los clubes deportivos. Los que venimos de la vida municipal sabemos la importancia que representan los clubes deportivos en los municipios, los valores que impregnan a los niños y niñas que participan en el deporte, y, sobre todo, el papel tan importante que tiene también la colaboración con los ayuntamientos y con otras instituciones. Con lo cual esta línea de subvenciones creo que nos viene perfectamente, sobre todo, como bien ha dicho, para adaptar a la realidad de este estudio que se ha hecho, para adaptar a la realidad las instalaciones deportivas.

Y también he apuntado algunos datos que ha dicho, son 11 millones de euros, como creo recordar, más 500.000 para material en los clubes deportivos. Y es que hay una necesidad, es verdad, en los ayuntamientos, en los municipios hay una necesidad de ayudas públicas para cubrir estas necesidades, que se están deteriorando las instalaciones deportivas, una realidad, el paso del tiempo y el uso, se van deteriorando y son importantes estas líneas.

Los municipios, realmente, han sufrido una gran transformación en las instalaciones deportivas. Solo hace falta darse una vuelta por cualquier municipio de nuestra comunidad autónoma, antes teníamos el típico campo de fútbol de albero y ahora vemos que tenemos nuestro pabellón, el campo de fútbol ha ido transformándose en uno de césped, tenemos pistas de pádel; es decir, el deporte ha ido evolucionando, con lo cual creo que las instituciones tenemos que ir evolucionando a la misma..., a la misma par.

También en Andalucía, aparte de lo que le concierne a su consejería, se están dando muchos pasos importantes, como es el anteproyecto, también si lo vemos desde el punto de vista deportivo, el anteproyecto de ley para la promoción de vida saludable y una alimentación equilibrada, que establecerá las bases de las políticas contra la obesidad en Andalucía, este problema de salud pública que afecta actualmente al 18,7% de la población adulta y al 22,5% de los menores. También el deporte juega un papel importante en este proyecto, con lo cual lo que venía a..., el objetivo de pedir esta comparecencia era conocer cómo estaba, en qué situación estaban todas estas solicitudes, que, como bien ha dicho, creo que son 473 solicitudes las que se han recibido, y 802 millones de euros para los presupuestos 2016, 11 millones de euros distribuidos en tres anualidades.

Queremos conocer el estado en que se encontraba esta línea de financiación, nos alegramos de esta línea de subvención y, sobre todo, lo que pedimos es que haya una apuesta importante y clara por parte de la Junta de Andalucía desde todas las consejerías, desde un aspecto transversal. Y que recibimos esta línea de subvención, sobre todo, como digo, los que vivimos en los municipios y somos conscientes de la realidad que supone el deporte, la acogemos con gran satisfacción.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Ramírez Moreno.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Indudablemente hay que agradecerle al esfuerzo que se hizo en esta comisión y al esfuerzo que hicieron todos los grupos políticos para que la Ley del Deporte fuera por unanimidad reconocida y aprobada por unanimidad por este Parlamento. Y hay que reconocer también que esa ley establece que el deporte es un derecho para todos los andaluces y andaluzas. Y como derecho consideramos que nosotros tenemos que atender también y ayudar a quienes tienen la principal función en cuanto a infraestructuras deportivas, que se convierten en uno de los elementos básicos para la ejecución de este derecho o para ejercer este derecho, y son los ayuntamientos. Y esa es la filosofía por la que hemos hecho este plan. Un plan a tres años, con una inversión de 11 millones de euros, para la mejora y para la..., podemos decir la recualificación de esos espacios. Porque consideramos que hemos dotado..., durante un periodo de tiempo se dotaron de esos espacios, y hay que ayudar a los ayuntamientos a mantenerlos, a las mejoras, y ya digo que esas infraestructuras deben tener la mejor adecuación para que puedan disfrutarlos y puedan usarlos los ciudadanos y las ciudadanas. Y creemos que son los ayuntamientos y los clubes los que tienen que tener este apoyo. Más que una iniciativa que tiene que partir desde una infraestructura gestionada o planificada por la Junta de Andalucía, consideramos que tiene que ser nuestro apoyo a los ayuntamientos, que son la Administración más cercana al ciudadano, los que tiene que tener es apoyo.

Y tengo que decirle que a esto se suma no solo la infraestructura de los ayuntamientos o la dotación de clubes, sino también el apoyo que se ha hecho, con cinco millones de euros, más de cinco millones de euros, a las distintas federaciones para que puedan ejercer también su función, no solo la función delegada que tienen por parte de la Junta de Andalucía y de la Administración, sino también la función de incentivo y apoyo al deporte base, que creo que es una de las formas de conseguir que el derecho se convierta también en un beneficio de vida saludable, en beneficio en salud para los ciudadanos.

Porque la vinculación entre salud y deporte es imprescindible, porque consideramos que no solo debe ser el deporte una forma de tener una vida saludable, unos hábitos saludables y una forma de conseguir, al final, una vida más sana, sino que también debe ser, desde el deporte, a través de lo que nosotros consideramos —y permítame la expresión— la receta deportiva, una forma de curar o de tener un diagnóstico..., más que un diagnóstico, de tener una receta, a través del deporte, para curar algunas enfermedades o, por lo menos, para prevenirlas. Y en eso vamos a tener..., en un apoyo que tenemos también a la ley contra la obesidad que está desarrollando la Consejería de Salud, sino que además vamos a tener también el apoyo de algunas federaciones para hacer programas específicos que luchen también contra esta obesidad; programas específicos que permitan una investigación; que nos permita también dar esa receta deportiva para los problemas, y, sobre todo, tener un control para que no sea un problema el hacer deporte. Y esa también será una de las líneas de colaboración que vamos a desarrollar en colaboración con la Consejería de Salud.

En definitiva, es un derecho, y tenemos que garantizar, desde las administraciones, que ese derecho se pueda ejercer en total garantía, con las garantías de calidad y de seguridad que exige la ley, y que nosotros consideramos que es justo para todos los ciudadanos y ciudadanas de Andalucía.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/APC-001134. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre Plan de Deporte en Edad Escolar de Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Seguimos el orden del día.

Y ahora hay una comparecencia del Grupo de Podemos, para que el consejero le informe sobre líneas de financiación de la Consejería de Turismo y Deporte, a entidades locales, para instalaciones deportivas y equipamientos.

Perdón, perdón, he vuelto a... Es a fin de informar sobre el Plan de Deporte en Edad Escolar de Andalucía.

Señor David Moscoso, tiene la palabra... Perdón, el consejero. Esta mañana hemos empezado la reunión como el día: un poco tormentosa. Ustedes perdonen.

Consejero, tiene la palabra.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señoría, la Junta de Andalucía trabaja desde hace años, a través de diferentes instrumentos, para fomentar la práctica deportiva de los escolares andaluces como uno de los objetivos fundamentales para el desarrollo integral de las personas.

Y, por centrar mi explicación en torno al deporte escolar, en Andalucía, es fundamental hacer referencia a la Ley de Deporte en Andalucía, que establece los principios rectores en esta materia y su ámbito de participación.

Como saben, el deporte en edad escolar ocupa un lugar muy significativo en la nueva ley, porque le dedica todo un capítulo, en concreto el capítulo IV. En este sentido, los objetivos que el Gobierno andaluz persigue en sus políticas de promoción del deporte en edad escolar son:

Fomentar el acceso a la práctica deportiva de toda la población en edad escolar mediante una oferta variada, unificada de actividades y la adecuación de las instalaciones y espacios para su práctica.

En segundo lugar, inculcar valores inherentes a la práctica del deporte, tales como el respeto al juego limpio, erradicando cualquier forma de violencia, racismo o xenofobia. Y también persigue la igualdad de oportunidades, la integración social de los grupos de atención especial y de personas con discapacidad, así como la creación de hábitos saludables, prevención del sedentarismo, del sobrepeso y de la obesidad infantil.

El deporte en edad escolar es definido por el Decreto 6/2008, como el conjunto de actividades físico-deportiva, de participación voluntaria, que se desarrolla en el horario no lectivo y que van dirigidas a la población en edad escolar, comprendida en edades entre los 6 y 18 años, que residan en Andalucía. Supone una pieza clave indispensables en el engranaje del sistema deportivo andaluz. Y, por ello, la Junta de Andalucía le dedica especial atención mediante la elaboración del Plan de Deporte en Edad Escolar en Andalucía.

Este plan nace con la misión de atender a las necesidades deportivas de los niños y niñas en edad escolar y de potenciar el ocio activo y saludable a través de la práctica deportiva. Y para ello establece una oferta ordenada y coordinada entre las consejerías de Educación, Deporte y Salud, las entidades locales y las entidades deportivas andaluzas.

Este plan está integrado por un número variado de programas de deporte en edad escolar y tiene carácter anual. Son las propias entidades públicas y privadas las que deben solicitar su adhesión al Plan de Deporte Escolar en Andalucía.

Con el desarrollo de estos programas se persigue una serie de objetivos generales, que puede presumirse en cuatro:

Primero. Aumentar la tasa de práctica deportiva en la población de edad escolar hasta conseguir su universalización.

Segundo. Educar a través de la práctica deportiva en valores individuales y sociales.

El tercer punto sería mejorar las condiciones en las que se forman a los deportistas en edad escolar con altas capacidades para el deporte de rendimiento.

Y alcanzar, como cuarto punto, una coordinación efectiva entre las diferentes entidades implicadas, al objeto de propiciar una oferta de programa de deporte ordenada, coherente y conjunta.

Este plan se estructura en tres ámbitos participativos: iniciación, promoción y rendimiento de base. Los programas del ámbito de iniciación tienen como objetivo la familiarización de los niños y niñas con una o varias modalidades deportivas, y se desarrollan en las escuelas deportivas.

Los programas de ámbito de promoción irán dirigidos a la organización, encuentro o competiciones, y se desarrollarán dentro del marco municipal, provincial y autonómico.

Por último, los programas de ámbito de rendimiento base persiguen objetivos formativos y competitivos. Estos están dirigidos a deportistas en edad escolar con altas capacidades para el deporte de rendimiento y que participan en las distintas actuaciones de tecnificación que desarrollan las federaciones deportivas andaluzas.

Hay que hacer una apreciación, en el sentido de que los deportistas integrados en las escuelas deportivas tienden a participar, fundamentalmente, en los encuentros del ámbito de promoción, no ocurriendo lo mismo con las escuelas de los clubes deportivos, que permanecen fundamentalmente en el deporte federado y participan en las competiciones deportivas del Programa de Campeonatos de Andalucía de Rendimiento Base, los CAREBA.

En este sentido, hay que hacer un inciso sobre la existencia de una modalidad de subvención específica que destinamos, a través de las federaciones deportivas, para la tecnificación y rendimiento deportivo.

Esta modalidad de subvención integra, además de los programas de excelencia en el rendimiento deportivo, aquellos proyectos dirigidos a la tecnificación del entrenamiento de deportistas en edad escolar vinculados al ámbito de rendimiento de base. En este sentido, el presupuesto para 2016, de dicha modalidad, tecnificación y rendimiento deportivo, es de algo más de 4,9 millones de euros.

Volviendo a los datos del Plan de Deporte en Edad Escolar de Andalucía, en el curso 2015-2016 se han adherido al mismo un total de 1.700 programas. Y, desagregando estos datos, destacamos que un total de 1.519 escuelas deportivas, en el ámbito de iniciación, son partícipes de este plan; 107 encuentros deportivos

desarrollados en el ámbito de promoción, y 74 programas, en el apartado de tecnificación, son los que completan estos 1.700 programas.

Si analizamos los datos de años anteriores, se puede observar que, desde su puesta en marcha en el curso 2010-2011, hasta el curso 2015-2016, es un total de 12.688 programas de deporte en edad escolar los que se han adherido a este plan. Hay que ser conscientes también de que los datos de este programa aún no se han cerrado, los de 2015-2016..., perdón, 2016-2017.

Hay que hacer una especial mención a uno de los programas más relevantes dentro del ámbito de iniciación, como es el Programa de Escuelas Deportivas. Este Programa de Escuelas Deportivas es impulsado por la Consejería de Educación, que toma como núcleo la actividad física en el centro escolar, y que durante el pasado curso escolar 2015-2016 se desarrolló en 1.163 centros públicos. Además, señorías, la Junta de Andalucía tiene previsto que los promotores de los programas que se integran en el plan puedan acogerse a las diferentes medidas de fomento de las consejerías de Educación, Salud y Turismo y Deporte.

En consecuencia, en lo relativo a turismo y deporte para el ejercicio 2016, hemos articulado una convocatoria de subvenciones, dotada con 302.000 euros, para el fomento de los clubes deportivos. Estas ayudas tienen por objeto promover la organización de escuelas deportivas y la participación de equipos en competiciones deportivas oficiales en edad escolar, en los clubes deportivos y secciones deportivas de Andalucía.

Más de mil clubes deportivos andaluces van a resultar beneficiados en esta modalidad que actualmente se encuentra en proceso de tramitación. Una convocatoria que está ligada al Plan de Deporte en Edad Escolar, ya que para solicitar las ayudas las escuelas deportivas han de estar adheridas al plan en el curso escolar correspondiente, bien como escuela deportiva de verano, bien como escuela deportiva de clubes y, además, figurar en el club deportivo solicitante como promotor convocante de dichos programas.

En definitiva, señorías, haciendo alusión a los 12.688 programas adheridos al Plan de Deporte en Edad Escolar desde 2010, podemos decir como síntesis que la puesta en valor de la realización de deporte en edad escolar se configura, en primer lugar, como motor para un mejor desarrollo del sistema deportivo en cada uno de sus niveles, ya que representa el eslabón inicial para alcanzar una continuada e idónea práctica deportiva en edades posteriores.

En segundo lugar, el deporte en edad escolar reporta beneficios para la salud de los más jóvenes, contribuye a su formación integral y a su desarrollo, y desempeña una función preventiva e integradora.

Y, en tercero y último lugar, fomenta la práctica deportiva basada en valores educativos y sociales, lo que va a favorecer que nuestros deportistas sean modelo de participación social, tolerancia, aceptación de las diferencias y respeto a las normas de convivencia.

En definitiva, prolongar la formación de ciudadanos y ciudadanas libres en base al deporte y en base a una educación integral y que contemple los derechos como base de la misma.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Ahora sí tiene la palabra, señor Moscoso, por siete minutos.

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Muchas gracias, señor presidente.

Buenos días, señor consejero.

Ante todo, le agradezco la información que nos ha suministrado sobre el objeto de la comparecencia.

También aprovecho para agradecerle su participación, su asistencia.

El pasado 10 de noviembre, en el debate que hubo para la creación de un grupo de trabajo para el impulso de la educación física, el deporte escolar, en este Parlamento, que no salió adelante, y lo lamento, porque lo único que pretendía, la verdad, este grupo de trabajo era trabajar para poner soluciones con los agentes sociales, con los expertos, con los especialistas a un problema sobre el que todos coincidimos y, además, que no es nuevo, llevamos así prácticamente toda la democracia en nuestro país y en nuestra comunidad autónoma, pero ante el que, sin embargo, a la hora de la verdad, parece que no existe verdadera voluntad política por resolverlo.

Señor consejero, llevamos varios meses debatiendo sobre este asunto en la Comisión de Educación sobre los problemas relacionados con la educación física y el deporte escolar sobre dos asuntos que no son exactamente lo mismo, pero que sí se relacionan, porque se complementan, ¿no? El primero es la educación física, que es una materia que forma parte del currículum formativo del sistema educativo público de Andalucía, que actualmente impartió durante una hora y media brutas semanales, pero entre que los niños bajan y suben del aula y se preparan, se convierten en 40 minutos reales que, a nuestro juicio, es poco, y a juicio de los expertos y, sobre todo, si se pone en relación con lo que se imparte en otros países europeos, que son tres horas de media, existiendo algunos países como Dinamarca donde son cinco horas a la semana, por considerar, bueno, que la educación física es fundamental para el desarrollo integral de la persona, pero también por considerar que más horas de educación física es sinónimo de salud y ello se traduce también en un ahorro económico para la sanidad pública.

Pero además hay otra razón importante por la que en muchos países se imparten tantas horas de educación física que está relacionada con lo anterior, que es que si queremos tener una sociedad deportivizada, es decir, en la que el hábito deportivo se haya incorporado con normalidad a la cultura de la ciudadanía para tener a ciudadanos justamente más saludables y, por tanto, sistemas sanitarios eficientes, podíamos aprovechar la fuerza del sistema educativo para que adquieran la adherencia a la práctica del deporte a la socialización al hábito deportivo.

Justamente por ese motivo hemos solicitado esta comparecencia del señor consejero hoy aquí, porque entendemos que el éxito de una sociedad deportivizada radica, inevitablemente, en que durante el periodo de educación obligatoria nuestros niños y nuestras niñas adquieran ese hábito cotidiano a la práctica deportiva a través de la educación física, y usted, que es el titular en la Administración andaluza, con competencias en materia del deporte, inclusive del deporte en edad escolar y en parte de la educación física, por eso pienso que tiene mucho que decir al respecto.

Usted ha aludido, justamente, a la Ley del Deporte de Andalucía para hacer referencia, por ejemplo, a que en uno de sus artículos, el artículo 5, Principios rectores, punto d), se habla de la correcta implantación y desarrollo de la educación física, del deporte en los distintos niveles, grados y modalidades educativas contem-

plados en el currículum, con lo cual usted tiene competencias sobre este asunto, no solamente sobre deporte escolar en centros escolares en edad escolar, sino sobre educación física.

Bien, la correcta implantación de la educación física depende, como bien sabemos, de la voluntad política, por encima de todo.

Yo se lo dije ya a la señora consejera de Educación, que la LOMCE no impide en Extremadura, con Gobierno socialista, impartir tres horas de educación física a la semana; sin embargo, sí lo impide en Andalucía. Y de ahí que apele al sentido de responsabilidad, también a la voluntad política, señor consejero.

Pero ahora le hablo del segundo asunto, que es el centro de la comparecencia, de interés de la comparecencia, que es el deporte escolar. La definición contemplada en la Ley del Deporte pues dice lo siguiente: «Práctica deportiva voluntaria realizada en un horario no lectivo, orientada a la formación integral de la persona y dirigida a la población en edad escolar».

En dicha ley, en el artículo 5, en principios rectores, se habla de la promoción del deporte en edad escolar. En el artículo 11, en competencias, se expone: «Es competencia de su Administración la ordenación, planificación y coordinación del deporte en edad escolar en Andalucía en relación y cooperación con las entidades locales, con las federaciones deportivas, los centros escolares, con la perspectiva de la promoción del estilo de vida saludable».

No me he detenido ni lo he dicho de esta forma por casualidad, con la perspectiva de la promoción, la perspectiva de la promoción de los estilos de vida saludables. Insisto en subrayar esta expresión. Lo digo porque su consejería tiene una herramienta en la mano, de la que usted ha hablado, que es un Plan de Deporte en los Centros Escolares para llegar donde la educación física, por desgracia, no llega todavía en Andalucía, que es aumentar, aunque sea en horario no lectivo, pues la hora de educación física y deporte en nuestros centros educativos. Sin embargo, la herramienta de esta consejería, a tenor de las memorias presupuestarias y a tenor de la inversión pública que aparece en las mismas, año tras año, no cumplen con esa función, con esa frase que subrayaba, o creo que no la cumple, de la perspectiva de la promoción del estilo de vida saludable, y le explicaré por qué, y con los principios rectores incluso. Quedan, de alguna manera, más en expresión de voluntad, pero que no implementan en la práctica si indagamos en esos presupuestos.

Me ciño a lo que pone la propia documentación de la consejería. Usted ha aludido a los principios rectores, usted ha aludido a la Ley del Deporte, pero cuando ha aludido a la memoria yo me voy a ceñir a lo que pone la memoria presupuestaria de la consejería.

Mediante el Plan del Deporte en Edad Escolar se propone una línea de ayuda destinada al fomento de los clubes deportivos de deporte de base en edad escolar. Supone el preludio de los deportistas que alcanzarán el máximo nivel de rendimiento, permite la mejora y consolidación de los clubes deportivos y favorece la participación de equipos en competiciones deportivas oficiales. Y fíjese cuáles son los indicadores del Plan del Deporte en Edad Escolar, la memoria presupuestaria de la consejería, dos indicadores: subvenciones a federaciones deportivas y licencias de deporte federado.

El Plan de Deporte Escolar, por tanto, se limita a un plan de captación de posibles personas que se vinculen al club y federaciones, y de jóvenes promesas a través de pruebas de competiciones deportivas, pero no es eso de lo que habla la Ley del Deporte en el capítulo sobre el Deporte Escolar, donde se legislan principios de integración social, de igualdad de oportunidades, de lucha contra la obesidad y el sedentarismo in-

fantil, de formación integral de la persona. No es eso. A nuestro juicio es un error tan importante pensar en el deporte escolar desde la perspectiva de la competición, como considerar la Educación Física de forma irrelevante en los currículums del sistema educativo.

No aprendemos de nuestros errores históricos, señorías. Para nosotros, el objetivo de un Plan de Deporte Escolar debería ser abrir las instalaciones deportivas de los centros educativos por las tardes, abrirlas los fines de semana, ofertar una amplia oferta de deporte polideportivo... Por eso, y concluyo, señor consejero, insisto en que ya venimos a esta comisión y nos dirigimos a usted como la última esperanza de que se trate de poner énfasis, interés y atención al deporte en los centros educativos y en el deporte escolar.

Le ruego, con espíritu constructivo, sinceramente —se lo digo, sinceramente—, que revisen este instrumento, que revisen el Plan de Deporte en Edad Escolar, que revisen su política en materia de deporte en los centros escolares, e intenten hacer un esfuerzo por darle peso a la política deportiva de esta consejería, al deporte escolar voluntario, en horario no lectivo... Y, por cierto, como servicio público y gratuito, porque, si no, no es voluntario, su participación va a estar constreñida por las condiciones económicas, sociales y familiares de los niños y niñas escolares. Y esa barrera debiera haberse superado ya hace mucho tiempo por el sistema educativo público de Andalucía. Porque las actividades extraescolares, en el ámbito de oferta deportiva, que tienen lugar en horarios no lectivos, hoy por hoy, hay que pagarlas, y todas las familias no se lo pueden permitir.

Muchas gracias, señor consejero.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Moscoso.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, empezando por lo último, indudablemente el ejercicio es un derecho y tiene que tener las máximas ayudas públicas para que sea accesible a todos. Y tendrá que tener ese apoyo —y es lo que nosotros planteamos en nuestra convocatoria de subvenciones— para que sean, quienes tengan esos principios de acceso con igualdad para personas... No solo por diferencias económicas, sino también para el acceso por igualdad para las personas que tienen otras capacidades, también pueda estar accesible ese derecho que nosotros reconocemos en esa ley que nos hemos dado entre todos, esa Ley del Deporte.

Y nosotros, para ejercer ese derecho en edad escolar, necesitamos dos cosas. Primero, coordinación con Educación; cosa que se hace desde las dos consejerías de forma efectiva y de forma —podemos decirlo así— constante. Porque creemos que debemos de coordinarnos, que hay que tener... Yo no creo que haya que hablar de suplencias o de incremento de horas, sino de hacer una continuación de esas horas de Educación Física, realizarla también fuera del horario escolar y posibilitar que aquellos niños

que quieran seguir..., no solo los que tengan un alto rendimiento, sino todos los que quieran seguir haciendo deporte lo puedan hacer.

Pero esto también exige una coordinación con los ayuntamientos, a los que también se les traslada desde esta consejería no solo ese apoyo para la renovación de instalaciones e infraestructuras, como de las que he hablado anteriormente, en la anterior comparecencia, sino también en la coordinación, para que las instalaciones que dependan de los ayuntamientos, que dependan directamente —todos los centros de Primaria—, puedan tener abierto... Con el máximo aprovechamiento y sin interferir en la vida normal del proceso educativo o de las horas lectivas, puedan ser utilizadas las pistas deportivas, como establecimientos públicos y como instalaciones públicas que se desaprovechan muchas veces cuando las tenemos cerradas los fines de semana o por las tardes.

Nosotros también estamos en esa coordinación, y a través de las delegaciones provinciales también se busca la posibilidad de colaborar, ya sea con la celebración de campeonatos de [...] específicos en esas instalaciones, o con el acuerdo con los ayuntamientos, para que se pongan a disposición de las escuelas deportivas en edad escolar.

Y tengo que decirles que nosotros buscamos, con esta herramienta, la formación de ciudadanos y ciudadanas libres y más responsables; de ciudadanos y ciudadanas que tengan hábitos no solo saludables, sino hábitos sociales, que, por ejemplo, eviten lo que ha pasado hace pocos días con un partido de infantil, donde, después del partido, algunos aficionados agredieron al árbitro. Y desde aquí quiero mostrar toda la solidaridad con ese árbitro y denunciar toda esa violencia inherente, que a lo mejor por la falta de formación que se les dio —formación cívica, quiero decir, y no tanto formación académica— a algunos ciudadanos hace unas décadas, ahora mismo estamos sufriendo esa violencia de padres sobre los árbitros, que creo que es denunciable y que hay que evitar.

Lo que queremos es que esta posibilidad de formación en hábitos sociales, esta posibilidad de formación que podamos trasladarles a los niños en igualdad, en prevención de la xenofobia y de la violencia en el entorno deportivo, espero que dé sus frutos también en los padres.

Y quiero decirles que, indudablemente, hay que hacer más esfuerzos. Nosotros no solo los hacemos a la hora de poner más dinero, o poner dinero... O al final no es una cuestión económica, sino también vincular estas posibles subvenciones, estos posibles incentivos, a la implicación de estos clubes en la participación de los campeonatos y de las acciones en edad escolar. Porque consideramos que la implicación tiene que venir, primero, por un compromiso con la sociedad en el desarrollo de este deporte escolar, y, segundo, porque consideramos que la coordinación necesaria entre administraciones y la sociedad civil que representan estos clubes puede dar el fruto deseado con el óptimo resultado. Porque hay que conseguir que nos sintamos todos parte del mismo proyecto, que la Administración y la sociedad civil, a la que representan estos clubes, no vayan por caminos distintos, sino que vayamos haciendo el mismo camino no solo en el desarrollo, sino también en la concepción de lo que tiene que ser ese camino. Y en eso tenemos que hacer un esfuerzo todas las administraciones.

Sé que hay voluntad por parte de las administraciones locales y por parte de las diputaciones, en una colaboración para dotar no solo de actividad sino también hacer dotación de la capacidad que puedan tener estos clubes.

Y tengo que decirles que hay una mesa —más que mesa es un foro de encuentro entre las diputaciones y la consejería— para conseguir que se pueda hacer de forma paralela, y sustituyendo cada uno las posibles carencias de las otras administraciones..., sobre todo, para el apoyo de los municipios de menos de 20.000 habitantes, que son de los que menos recursos disponen —no solo de recursos de instalaciones o de infraestructuras— y de los que menos recursos tienen en dotación de clubes o en formación de clubes.

Esa mesa se está haciendo con la colaboración de la FAMP. Se está llevando ya a cabo con algunas diputaciones específicas, para empezar a hacer pruebas modelo. Y en cuanto esté cerrada, yo informaré personalmente a esta comisión, para que todos tengan el desarrollo que vamos a hacer durante el año 2017 en este sentido.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/APC-001135. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la participación de la Consejería de Turismo y Deporte en ferias de turismo

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Seguidamente, vamos a la tercera petición de comparecencia del señor consejero, realizada por el Grupo de Podemos, a fin de informar sobre participación de la Consejería de Turismo y Deporte en ferias y turismo.

Para eso tiene la palabra el señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

La Consejería de Turismo y Deporte recoge, en su plan de acción, el conjunto de acciones promocionales previstas a realizar cada año.

El Plan de Acción 2016 contempla la realización de más de seiscientas acciones promocionales, las cuales se pueden agrupar en 20 tipologías o herramientas promocionales diferentes. Una de estas veinte herramientas son las ferias turísticas. Esta tipología promocional es una de las más veteranas dentro de la Consejería de Turismo y Deporte, y podemos considerarla como una de las más importantes cualitativa y cuantitativamente.

Señorías, como pueden imaginar, el hecho de ser una de las estrategias más antiguas, unido a la evolución de las estrategias promocionales con la llegada de las nuevas tecnologías, ha propiciado que en Turismo y Deporte de Andalucía llevemos varios años reorganizando nuestra participación en estas ferias turísticas.

En este sentido, decirle que, para el período 2017-2020, el Gobierno andaluz va a seguir apostando por esta tipología promocional, pero con matices muy claros.

El nuevo enfoque apuesta por la participación de Andalucía en las principales ferias turísticas, genéricas de cada uno de los mercados más importantes, sumándole la participación en ferias específicas dirigidas a segmentos de mercado con motivaciones de viajes muy concretos.

En tercer lugar, inclinamos nuestra estrategia a participar en ferias más especializadas de segmentos concretos, apostando por promocionar la excelente diversidad turística andaluza en encuentros especializados de cada producto o de cada segmento.

Estas ferias turísticas a las que asiste la Junta de Andalucía tienen una doble finalidad: en primer lugar, como punto de encuentro con otros profesionales del sector, y, en segundo lugar, como estrategia de *branding* y promoción sobre el consumidor final, es decir, por las ferias turísticas se influye tanto sobre la demanda del consumidor final como sobre la demanda profesional. De esta manera, pymes y el sector

empresarial en general tendrán la oportunidad de seleccionar aquellas acciones que le reviertan un retorno más directo relacionado con su actividad.

La participación de las pymes se convierte en un elemento clave dentro de la oferta turística promocionada en cada evento. Por supuesto, hay ferias en las que la finalidad principal es promocionar el destino en general, la marca. Mientras que en otras ferias tienen el objetivo de promocionar un segmento concreto. Incluso hay ferias en las que el componente profesional es lo más importante, y la finalidad básica es la generación de negocio de las empresas participantes.

La puesta en escena de Andalucía para estos encuentros cuenta siempre con una estrategia de *branding* estudiada y acorde a la oferta demandada por los clientes. En aquellas ferias turísticas que se celebran en mercados en los que la marca Andalucía no está correctamente identificada, ni reconocida, se participa junto a Turespaña bajo el paraguas de la marca España.

Señorías, la participación de esta consejería en las ferias de turismo es una estrategia pensada, muy estudiada, que, de forma racional, busca siempre la máxima rentabilidad y el menor coste, eficacia y eficiencia.

Durante el año 2016 esta consejería ha participado en más de setenta ferias turísticas, alrededor de 30 mercados de los cinco continentes.

De esta manera, el destino Andalucía ha sido promocionado, difundido y, por tanto, ha estado presente en todos los continentes, eso sí, variando el mensaje a difundir en función del mercado objetivo y la naturaleza de la propia feria. En todas las ferias turísticas anuales destaca..., entre todas las ferias turísticas anuales destacan, por encima de todo, Fitur, la ITB de Berlín y la World Travel Market de Londres. Son los principales encuentros turísticos que se celebran en los tres mercados emisores más importantes para Andalucía, es decir, en el turismo nacional, Alemania y Reino Unido respectivamente.

Señalar que esta consejería está apostando por un modelo promocional que llamamos Acciones de 360 grados, que consiste en realizar un conjunto de actuaciones promocionales complementarias, aprovechando la celebración de dichas ferias.

Así, en las tres ferias antes destacadas, en su última edición, se apostó por esta acción 360 grados, de un marcado carácter transversal, en la que se realizan acciones promocionales conjuntas de promoción, comunicación y márketing digital simultáneamente.

Por último, destacar la relación de ferias en las que Andalucía ha participado este año. Como pueden apreciar, de la mayoría de ellas hemos hablado en esta sede parlamentaria a lo largo del ejercicio: en enero, Andalucía estuvo presente en la London [...] Show, de Inglaterra; Vakantiebeurs, de Holanda; Ferien-Messe, de Austria; Holiday World Belfast, en Irlanda del Norte; la ITB, de Alemania; Fitur, en España; Matka, en Finlandia; Holiday World Dublin, en Irlanda; Boot Dusseldorf, en Alemania, y [...] en Suiza.

En el mes de febrero, estuvimos en el Salón de Vacaciones de Bélgica; Mahana, en Francia; en la IMTM de Israel; en la BTM, de Emiratos Árabes Unidos; Free Múnich, de Alemania; Reisen, de Alemania; Holiday World, de Praga, en la República Checa; en la feria [...] en Utrecht, en Holanda; en ANATO, en Colombia; en Aratur, en España; el Salón Internacional de Nantes, en Francia; Ferie for Alle, de Dinamarca; Danish Golf Show, también en Dinamarca; Wonder [...], en Amberes, Bélgica, y la ILTM en Japón.

En marzo, en la BTL de Portugal; en la Feria de E-Commerce, en España; en Sevatur, en España; en ITB de Alemania; FIO, en España; Scottish Language, en Escocia; [...] en Estados Unidos; Salón MAP, en

Francia; Scottish [...] Show, en Escocia; la [...], de Italia; Intur Market, de Rusia; la MIT, de Rusia; la WTM, de Latinoamérica, en Brasil, y [...], en Francia.

En abril, en el Salón [...], de Francia; Madrid Golf, en España; Mundoabreu, en Portugal; BTravel, en España; IMEX, en Alemania; Kit, en Kazajistán; Doñana BirdFair, en España; ATM, en Estados Árabes Unidos.

En mayo, en Expo Vacaciones, en España.

En junio, Euroal, en España; IBTM, en Estados Unidos.

En agosto, la Birdwatching Fair British, en Inglaterra.

En septiembre, KLM, en Holanda; Top [...], en Francia; 50 Plus Beurs, en Holanda; [...] Europa, en España; OTDYKH —perdón por la pronunciación, pero es prácticamente imposible pronunciarlo—, en Rusia; Uni-bike, en España; Jata, en Japón; ILTM, en Méjico, y Tierra Adentro, en España.

En octubre: en Fit, en Argentina; TTG Incontri, en Italia; London Language Show, en Inglaterra; IMEX América, en Estados Unidos; Expo Abreu, en Portugal; London Ski and Snowboard Show, en Inglaterra; [...], en Alemania.

En este mes de noviembre, hemos asistido a la World Travel Market, de Londres, una cita importante para nuestra tierra, y de la que di cuenta en la pasada sesión plenaria; CTM, en China, y GTM, en España; Intur, en España, e IBTM, en España.

Para este mes de diciembre, tenemos previsto participar en el Salón Náutico Internacional de París, donde se reúnen las mejores empresas y profesionales del sector náutico y marítimo.

En definitiva, participar en las ferias llevando a Andalucía a todos los mercados, ya sea mercado de segmento o mercados generales. En definitiva, hacer que Andalucía esté presente, apoyando nuestras empresas para las bolsas de comercialización y los encuentros comerciales, que deben generar mayor cifra de volumen, mayor volumen económico en los intercambios comerciales, pero sobre todo debe generar un empleo estable y de calidad, que creo que es lo que buscamos, en definitiva, todas las administraciones.

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señor Moscoso.

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Muchas gracias, señor presidente.

Señor consejero, ante todo, nuevamente le vuelvo a agradecer la información. Tan solo quisiera profundizar y aclarar en mi intervención el motivo por el cual, desde el Grupo Podemos, hemos solicitado esta comparecencia sobre la participación de la Junta de Andalucía en la feria de turismo nacional e internacional.

Es lógico que queramos saber sobre un ámbito de actuación que nos parece desconocido para la mayoría de los ciudadanos y ciudadanas. Y es lógico que queramos conocer cómo se aplica un gasto

presupuestario, que es significativo para esta consejería, una de las últimas a la cola en dotación presupuestaria, pese a la importancia del papel estratégico del turismo para el desarrollo económico de Andalucía. Sabemos que no depende de usted, depende de la consejera de Hacienda, pero nosotros no dejamos de recalcarlo, a ver si nos escucha ella.

Y es lógico tratar de conocer cómo repercute la participación de la Junta, cómo repercute en la feria de turismo sobre el turismo andaluz y, en definitiva, sobre la economía andaluza.

Nosotros ya solicitamos a esta consejería, hace más de un año, información al respecto, y, desde la Junta, se nos respondió con datos muy valiosos, y que aprovechamos para agradecerle también.

Según los datos que nos proporcionaron, esta consejería participó en el periodo sobre el que nos informaron —entre 2012 y 2015—, en 167 ferias de turismo, una media de 41 ferias a lo largo de 15 países, en cinco continentes, por año. Esto supone un gasto, una inversión, de unos cuatro millones y medio de euros al año, o sea, unos 17 millones de euros en ese periodo. Bien es cierto que tan solo la participación en 10 eventos en estos años supuso un gasto de 12 millones de euros, de los 17 apuntados, ¿no?, de las 167 ferias en las que se participó.

En suma, nosotros, dado que 4 millones de euros de inversión, al año, en esta consejería, la participación en ferias de turismo supone el 10% del gasto en el capítulo de inversiones en turismo —es decir, seis veces más de lo que se invierte para la creación de empresas turísticas entre autónomos, y cinco veces más de lo que se invierte en apoyo a las pymes turísticas en Andalucía—, es lógico, como decía antes, que conozcamos, sobre todo bien, los criterios con los cuales, desde su consejería, pues administran de esa forma estos recursos, el planteamiento estratégico al que usted aludía anteriormente para maximizar la rentabilidad, la eficacia y la eficiencia de la inversión pública en la participación en este tipo de ferias.

Y nos preguntamos, además, con qué criterios se elige a los países que asisten a las ferias turísticas, con qué criterios se opta por participar en una feria y no en otra. Nos preguntamos qué impacto directo tiene en el territorio andaluz y en la actividad turística de Andalucía la participación en esas ferias; quién se beneficia, si se benefician más las grandes operadoras turísticas, las pequeñas empresas, las economías familiares, las provincias del litoral, las provincias del interior; de qué manera se fiscalizan los gastos motivo de participación en esas ferias; en qué se concretan los gastos.

Porque, verás, a muchos ciudadanos les preocupa que el impacto real y directo de la participación en estas ferias revierta sobre todo sobre las grandes turoperadoras turísticas, es decir, que el efecto llamada, la promoción de Andalucía como marca turística, al final acabe traduciéndose fundamentalmente en una demanda de servicios turísticos en las grandes operadoras que les ofrezcan esos servicios desde fuera de esta tierra. Nos interesa especialmente que sean las pymes, los autónomos, la economía familiar, las pequeñas empresas autóctonas las que acaben beneficiándose de ese esfuerzo ciudadano que se hace con los recursos públicos fruto de los impuestos de los andaluces, por más que, evidentemente, toda la llegada de turistas genera actividad económica y siempre es bueno para Andalucía, ¿no?

Y también les preocupa que se puedan producir excesos por el excesivo paso, y valga la redundancia, de numerosos representantes públicos y políticos por esas ferias, a los que hay que pagarles todos los gastos, cuando igual es prescindible aún, con las limitaciones presupuestarias que vivimos.

Y al margen de otras cuestiones que pueda plantearle al respecto, desde el Grupo Podemos voy a expresar la petición de que para futuros años la inversión relativa a la participación en ferias pueda incorporarse,

recogerse con claridad de forma desglosada en la medida de lo posible, por supuesto, en algún programa o proyecto del capítulo de inversiones de esta consejería..., que se refleje en la documentación que se nos proporciona cuando llega este periodo de presupuestos, de trámite parlamentario del borrador de ley de presupuestos. Creemos que sería un punto de partida, aunque no el único elemento de mejora en la fiscalización y control de estas actuaciones, porque lo deseable es que se pueda presentar una cuenta de resultados, de impactos, así como de desglose total de gastos como resultado de la participación en estas ferias.

Y eso es todo, con esto concluyo. Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Moscoso Sánchez.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, nosotros sí tenemos claro, y además así en la próxima comparecencia que tendré sobre el plan de márketing se lo podré trasladar..., nosotros hemos cambiado la filosofía de lo que tiene que ser el plan de márketing y nuestra participación no solo en las ferias sino en todo nuestro márketing en los próximos años. Nosotros no solo tenemos..., o hemos considerado desde la Consejería de Turismo no solo tener una dirección única de nuestro plan de márketing, que es donde se engloba la participación de estas ferias, una dirección única de atraer turistas sino que hemos considerado que tan importante como atraer turistas es la generación de riqueza y sobre todo la promoción e internacionalización de nuestras pymes. El corazón de la participación en las ferias a que nosotros asistimos como Consejería de Turismo y Deporte es la creación de contactos comerciales entre las empresas que nos acompañan y los receptivos..., o sea, o los promotores o las demandas que podamos encontrar en cada una de esas ferias y cada uno de esos países.

Como usted ha visto en ese desglose que le he hecho de las ferias a las que hemos asistido en el último año, verá usted que hemos asistido a muchos segmentos distintos y hemos celebrado..., hemos intentando que las que son participadas por nosotros, como puede ser la que se celebra en Jaén sobre turismo interior, o en el foro último que hemos organizado en Granada de comercialización internacional..., buscamos que sea la bolsa de comercialización quizás lo más importante que tengamos en la participación de esas ferias, porque consideramos que las ferias deben tener ese punto de encuentro entre empresarios que al final desarrollan..., tanto a los empresarios andaluces como receptivos, como también los que buscan esa oferta desarrollan el contacto comercial y al final lo que hacen es fortalecer nuestras pymes, fortalecer a los que nos acompañan y, sí, es que algunas veces hay que fortalecerlo en base al contacto con los turoperadores, que son los que manejan y los que controlan todo el comercio turístico internacional.

Y yo le tengo que decir, los criterios que nosotros para participar en esas ferias son los criterios que marcamos en cada uno de los planes de acción y en el plan de márketing, son los criterios que desde un

desarrollo de estudio profesional, un estudio técnico, tengan posibilidad de traer más turistas, pero sobre todo de generar más comercio, por lo menos generar más movimiento económico en torno a nuestras empresas.

Y cuando le hablo de esta participación, nosotros intentamos que la eficiencia sea una de las cosas que más nos mueva, y habrá ferias donde vamos, como le he dicho antes, con la compañía o bajo el paraguas de Turespaña, porque consideramos que ir con una inversión propia de Andalucía no es efectivo o por lo menos no es eficiente a la hora de atraer turistas, sino que cuanto se más aleja el foco o el foco es más genérico, más necesidad tenemos de identificarnos con el país como destino y dentro del país posibilitar la venida a Andalucía.

Pero tengo que decirle que nosotros buscamos en todo momento que sean nuestras pymes las que sean el corazón de nuestra participación. Vengo de un viaje en Israel donde ha sido la importancia de encontrar un receptivo, de encontrar empresas que den los servicios que yo oferto con Andalucía principalmente en lo que más nos han demandado. Y han sido las empresas que nos han acompañado las que han posibilitado o a las que se les han posibilitado esos contactos comerciales, que al final son los que generan, bueno, la riqueza o los que generan la posibilidad de generar empleo, o los que posibilitan la generación de empleo en Andalucía.

Pero hay otro tipo de ferias donde lo que tenemos que hacer es un proceso de márketing de la marca, un proceso de presencia donde sigamos estando presentes, la marca Andalucía, para no quedar fuera de los circuitos, donde tenemos que presentar la marca Andalucía con la mayor fortaleza posible. Y ferias como las de Fitur, la World Travel Market o la ITB de Berlín, nosotros tenemos la colaboración necesaria y la coordinación con todos los patronatos para mostrar esa fortaleza de la complementariedad de la oferta en Andalucía.

Al final, esa visión de 360 grados, que no solo es una visión de servicios sino también es una visión territorial donde podamos ofertar, donde podamos dirigir, donde podamos hacer posible que nosotros pongamos el foco donde más lo necesitamos puntualmente, porque consideramos que es la fórmula para mejorar los resultados turísticos en Andalucía, creo que ese trabajo que se hace, ya le digo, desde un punto de vista profesional y técnico entre la empresa de turismo de Andalucía y la consejería..., creo que es lo que marca nuestra presencia en ferias.

Como usted verá, yo..., aunque hay una larga nómina de ferias, este consejero solo va a las que podemos sacar o en las que se necesita la presencia de este consejero para sacar algo para Andalucía. Solo asistimos adonde es verdaderamente efectivo porque, como dije en una de las primeras entrevistas que tuve cuando me nombraron consejero, este consejero ya viene un poquito viajado y no le hace falta conocer otros países, sino que lo que hace falta es que, cuando vayamos a los sitios, vayamos para sacar el máximo rendimiento para Andalucía y para las empresas y los trabajadores y profesionales de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

10-16/APC-001070. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la estrategia turística de Andalucía relativa al segmento turístico de ferias y congresos

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Seguidamente, continuamos con el punto de petición de comparecencias. Ahora vamos a la comparecencia solicitada por el Grupo Popular, a fin de que la Consejería de Turismo y Deporte informe sobre la estrategia turística de Andalucía relativa al segmento turístico de ferias y congresos.

Para eso tiene la palabra el señor consejero por 15 minutos.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, Andalucía como destino turístico dedica especial atención a la promoción del turismo de reuniones porque se trata de un segmento con unas singularidades y características muy diferentes a otros. Y esto es así porque, en primer lugar, la elección del destino no lo decide el asistente o el congresista, sino la empresa, asociación u organizador del evento.

Por tanto, la promoción va enfocada exclusivamente al profesional del sector. Además, hay que tener también en cuenta que en este segmento existen dos demandas. Por un lado está la del organizador, y por otra la del participante o congresista. Y esto nos obliga a duplicar la vía de promoción del mismo, ya que tenemos que focalizarla en promocionar el destino, uno como emplazamiento de la celebración del congreso, y en segundo lugar como lugar donde el congresista tendrá los servicios requeridos.

Para Andalucía el segmento de reuniones y congresos es importante por varios motivos: por su efecto desestacionalizador, su capacidad para ser resorte de futuras visitas por otras motivaciones, y por tener un elevado gasto medio diario por encima de otros segmentos turísticos. Andalucía tiene una alta consideración frente a otros destinos, obteniendo mejor valoración de los visitantes, y ello se demuestra porque en los últimos años estamos acogiendo la celebración de congresos anuales de importantes grupos de agencias de viajes, con lo que esto representa para favorecer directamente el conocimiento del territorio y de nuestra oferta.

Señorías, lógicamente, el diseño de nuestra estrategia para el segmento de ferias y congresos nace de un análisis pormenorizado en el que se tienen en cuenta varias premisas, premisas como la del comportamiento de dicho segmento en Andalucía, nuestra situación en el mercado, así como la fortaleza y debilidades que tenemos.

De este análisis sabemos que Andalucía, en primer lugar, recibe al año más de seiscientos mil turistas de congresos, que gastan un total de 285 millones de euros, que su estancia media es de 2,8 días y el gasto medio diario es de 168,68 euros, que en un 87% utilizan alojamiento hotelero, y cuyas principales actividades en el destino son culturales, en un 53,2%, y gastronómicas, en un 56,8%.

Sobre nuestra situación en el mercado de ferias y congresos debo decir a sus señorías que en la actualidad partimos de la siguiente situación. Andalucía destaca por su elevada oferta complementaria, muy valorada en

este segmento; la buena relación calidad-precio, es decir en el nivel alto de servicios a precios competitivos; también por la buena accesibilidad, especialmente en el caso de Málaga, destacando la importancia del Ave en toda la región. El desvío de turistas de países con problemas sociopolíticos se convierte en una oportunidad para fidelizar este tipo de segmento. Y Andalucía aparece como un mercado experimentado en la organización de eventos. También la existencia en Andalucía de formación especializada en este segmento es una de nuestras principales bazas, y contamos con una alta valoración de los *conventions bureau*.

Y porque analizamos la situación sabemos que existen factores que debemos reforzar. En primer lugar, Andalucía carece de una imagen como destino global de congresos, estando esta muy centrada en ciudades y no en el territorio conjunto. Contamos con palacios de congresos, pero que tienen limitaciones de infraestructuras para eventos muy grandes. Y tenemos limitaciones de vuelos directos, sobre todo, en invierno. Debemos mejorar la colaboración público-privada a la hora de promocionar al sector, hay que generar un mayor liderazgo compartido y especialización de las promociones, ya que en ocasiones se diluyen, especialmente cuando acudimos a las grandes ferias.

Por ello, para mejorar nuestra estrategia para este segmento, está focalizada..., se ha focalizado en las siguientes líneas. En primer lugar, sellos de calidad que nos hagan más competitivos y consoliden la imagen de destino. También estamos buscando nuevos nichos de mercado, como la economía ecológica o la franquicia. Trabajamos, con resultados hasta el momento bastante satisfactorios, para incrementar la actividad aeroportuaria, sobre todo en el periodo invernal, y de lo que vamos a tener una muestra clara referido al aeropuerto Federico García Lorca, en Jaén..., o sea, Federico García Lorca, Granada-Jaén. También trabajamos para atraer eventos corporativos que nos ayuden a posicionar mejor a Andalucía en el mapa internacional, como, por ejemplo, ha sido el I Foro Internacional de Turismo Cultural de Andalucía, que celebramos en Granada y que contó con unos doscientos cincuenta profesionales especializados en este importante segmento. Dicho foro nos ha servido para potenciar el turismo cultural, pero también para reforzar nuestra imagen como lugar de celebración de grandes eventos. También estamos aumentando nuestra presencia como destino en los medios a nivel internacional, más allá de las promociones en ferias, *fam trips* y demás elementos. También actuando mediante acciones de 360 grados para generar una base sobre la que aprovechar mejor las iniciativas en ferias y en otros eventos.

Como pueden comprobar, la Estrategia de turismo de ferias y congresos de Andalucía está diseñada sobre el análisis de la situación de partida, reconociendo dónde están nuestras debilidades y fortalezas, sin perder de vista que nuestro objetivo es contribuir a generar mayor riqueza y empleo en nuestra comunidad. Y esta línea estratégica parte, por supuesto, del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, que contempla un programa de actuación específico, en concreto el programa de desarrollo del turismo de reuniones en complementariedad con otros segmentos turísticos, al que vamos a destinar en torno a unos nueve millones de euros durante los próximos años. Un programa de actuación con el que pretendemos establecer la necesaria coordinación y las alianzas entre los profesionales del segmento en Andalucía, así como consolidar sinergias entre la actividad congresual y las oportunidades turísticas complementarias a realizar.

Señorías, la gran riqueza y variedad de la oferta turística andaluza nos ofrece una oportunidad excelente para complementar los diferentes productos y destinos existentes, generando sinergias entre ellos y creando experiencias únicas. El turismo de reuniones no es una excepción en esta dinámica, y por ello vamos a

promover, en primer lugar, la complementariedad de destinos. Hay que ofrecer la posibilidad de celebrar un congreso en una ciudad y realizar una o varias reuniones en otra, o bien realizar un congreso en una ciudad y llevar a los congresistas a hacer turismo, a comer, o a realizar alguna actividad en otra.

En segundo lugar, la complementariedad del segmento turístico. Además de la celebración de un congreso se deben organizar actividades de turismo cultural, de turismo de salud, de turismo enogastronómico, de turismo de cruceros, etcétera.

También hay que organizar actividades para los acompañantes de los congresistas, como, por ejemplo, espectáculos en lugares emblemáticos o culturales, catas de aceite, catas de vino o degustación de productos típicos.

Y, por último, complementariedad de sectores. Hay que establecer sinergias con otros sectores, por ejemplo, ofreciendo rutas comerciales por la ciudad a los congresistas y a sus acompañantes.

Y con todo estaremos promoviendo también el turismo de compras, que es una actividad inherente a todos los segmentos turísticos, y además es un segmento por sí mismo, todo depende de las motivaciones, principales o complementarias, de los turistas en el destino.

Por ir acabando, señorías, además de todo ello desde esta consejería realizamos una importante batería de acciones promocionales, nacionales e internacionales, en el marco del denominado segmento MICE, sector de eventos y reuniones. El segmento MICE es un producto muy importante para Andalucía, y por él venimos apostando desde hace varios años en nuestros planes de acción, tanto en número de acciones como con inversión destinada al mismo. Sin duda, es esencial que desde la Administración se visualice el segmento MICE como un segmento unido y capaz de desarrollar y reactivar el turismo de congresos y reuniones en Andalucía. Y en ello estamos, señorías, por lo que agradezco la formulación de esta iniciativa y confío en haber dado respuesta a su interés al formularla.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Señora Alarcón Mañas, tiene la palabra por siete minutos.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias, presidente. Muy buenos días a todos.

Señor consejero, gracias por su información.

Y yo creo que lo primero es empezar por lo más importante, y es que desde nuestra opinión el segmento del turismo de congresos, convenciones, ferias y exposiciones tendría que estar en su consejería. Es una opinión, además, compartida y aprobada por los empresarios del sector con los que nos hemos reunido. Todos, absolutamente todos, coinciden en que la gestión de este importantísimo segmento turístico y la de sus palacios de congresos debe estar aquí, en Turismo. Tal como estuvo en la anterior legislatura, la gestión de los palacios de congresos, el segmento de ferias, exposiciones y congresos y convenciones debe de estar en Turismo. Por muchos motivos, señor consejero, pero uno de ellos es porque lo que para nosotros en Turismo

es una prioridad, el turismo de congresos, en la consejería donde actualmente está, en Empleo, Empresa y Comercio, es su última preocupación. Señor consejero, esa es la realidad. Y desde el Partido Popular y desde el sector reclamamos que sea una prioridad para la Junta de Andalucía, en este caso para la consejería en la que estamos, la que nos ocupa, la suya, por muchos motivos de peso, y que además todos conocemos. Uno de esos motivos de peso, de importantísimo peso, es que es un segmento que contrarresta de manera directa la estacionalización del turismo que sufrimos en nuestro destino turístico. Los OPC, los organizadores de congresos, a los que usted ha hecho mención, que son los verdaderos especialistas, son los que eligen, como usted bien ha dicho, precisamente las fechas de media y baja ocupación para organizar sus eventos. Precisamente porque se trata de reuniones profesionales y comerciales, y prefieren sacar de las fechas más saturadas y de más ocupación estas reuniones. Por eso, es tan importante este segmento para nosotros.

Suelen ser también además días entre semana, o bien comienzan en un día laborable que luego suman o unen al fin de semana, por lo que estamos hablando de prolongar la estancia mínima tres días de estancia, de precios más altos, de contratación de oferta complementaria en muchas otras actividades de ocio y de servicios, que dan vida, señor consejero, y generan ingresos a muchas empresas y autónomos del municipio de la ciudad y del entorno donde se realiza la actividad: restaurantes, tiendas, empresas de todo tipo, medios audiovisuales, floristerías, transportes... un sinfín de actividades económicas que no voy a poder ahora describir.

Luego si estamos hablando de más pernoctaciones, precios más altos, más ingresos en general, y que ayuda de forma clara, nítida a la desestacionalización del turismo en Andalucía, es decir, ayuda a crear empleo, no entendemos, señor consejero, cómo nadie se está ocupando de verdad de este segmento.

Ni la consejería que debiera hacerlo en este momento, donde está la materia, la de empleo, empresa y comercio, ni la consejería que, en nuestra opinión y en la de los expertos, debiera hacerlo, que es donde no está en este momento, pero que a nosotros nos gustaría que estuviese, que es la suya.

Aprovecho esta comparecencia para preguntarle directamente si va usted a pedirle a Susana Díaz, a la presidenta, que las competencias de los palacios de congresos pasen, y de la gestión turística de segmento del congreso, pasen a su consejería. Si usted no lo hace, si no se lo pide a Susana Díaz, nosotros lo haremos, lo haremos en forma y, lógicamente, y con la debida presentación en del Pleno de la Cámara. Porque además tenemos visto el visto bueno. Insisto, tenemos el visto bueno del sector y de los empresarios. Solo faltan ustedes, la Junta de Andalucía, por sumarse. Y, por supuesto, la voluntad de esta Cámara y del resto de grupos políticos, si hiciera falta pronunciarse.

Es una prioridad, una necesidad, porque les recuerdo una vez más, y esta no es la primera vez que también se lo digo, que el Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones, de la pasada legislatura, que nosotros vimos con muy buenos ojos y valoramos positivamente, en que se trabajó con estrecha participación del sector, hoy está guardado en un cajón.

Y si bien a usted, imagínese que fuese el caso usted, ese plan, porque no lo ha hecho usted o no lo ha hecho el Partido Socialista, que era quien no estaba en manos la pasada legislatura, a esta consejería no le gusta, porque quiera otro diferente con su impronta, con su sello político, háganlo, háganlo, a nosotros nos da igual, pero lo que está claro es que hay que ejecutarlo, llevarlo a cabo y poner en marcha el turismo de segmento del congreso, ferias y exposiciones en nuestra comunidad.

Y, con el respeto e importancia que merece este segmento, vital en Andalucía, para que se convierta precisamente el destino de congresos y ferias de Andalucía en el mejor destino del mundo, porque por muchas razones podemos serlo. Tenemos el clima, las infraestructuras, las comunicaciones. La marca de Andalucía del turismo de congresos hoy, señor consejero, está apagada y debe brillar con luz propia.

Y ahora me voy a pasar a hablar de lo que más me duele, que es mi provincia. Y es que esto mismo que le estoy pidiendo, lo quiero también para Córdoba, para mi provincia y para mi ciudad, donde el turismo de congresos, ferias y exposiciones no es que esté apagado, señor consejero, es que está muerto. Eso es una palabra dura, pero así está, muerto.

Se lo han cargado, señor consejero, lo han matado desde la Junta de Andalucía, donde a día de hoy lo que tenemos es un palacio de congresos con una reforma paralizada sine día, una ciudad condenada por una mala gestión y nula apuesta por Córdoba, que a día de hoy no tiene recinto ferial ni de exposiciones. Que convierte a Córdoba en la única ciudad que no tiene recinto ferial de toda Andalucía, se dice pronto. Y que si lo va a tener, espero que en un tiempo prudencial, esperemos que esté abierto a mediados del 2017, va a ser porque un Gobierno municipal, del Partido Popular, y una diputación provincial, gobernada por el Partido Popular, y con ayuda del ministerio, gobernado por el Partido Popular, pusieron dinero y toda la carne en el asador, para que se ponga en marcha el palacio de exposiciones, en este caso no es palacio, es centro de exposiciones y feria de congresos, en el parque Joyero de Córdoba, que está todavía en obras, pero esperemos que por fin abra sus puertas. Le espero, señor consejero, lo espero a usted en el plan estratégico turístico de exposiciones, ferias y congresos, que vamos a pedir en la siguiente comisión para Córdoba. Y le espero para contar con su apoyo, el de su consejería y del resto de fuerzas políticas.

Y, señor consejero, no lo decimos nosotros, y voy terminando, lo dice toda la importancia del segmento de congresos y estrategias que quiero que libere, lo dice y lo recalca la UFI, la Asociación Mundial de la Industria de la Exposición. Lo dice el estudio informe sobre el sector, dice que presentó el año pasado todos los empresarios del sector de Córdoba. Lo dice el Grupo IMEX de la Industria de Reuniones. Lo dice el estudio de American Express Meeting and Events, y lo dice el Spain Convention Bureau de España y las Asociaciones de Ferias de España, AFE.

Queremos liderar en toda Europa y en el resto del mundo, porque Andalucía puede liderarlo precisamente este segmento. Este segmento, donde España, actualmente, goza de un lugar privilegiado, porque tenemos el puesto número tres del ranking internacional, de los países que más reuniones se organizan y más congresos. Está solo por delante Estados Unidos, Alemania, y detrás de nosotros están Francia, Gran Bretaña e Italia.

El número tres, que España ocupe este liderazgo, es muy importante, pero nosotros no nos conformamos con eso. Yo lo que quiero y lo que le pide el Partido Popular es que, dentro de ese orgulloso tercer puesto, Andalucía tiene que ser la primera. Y usted puede hacer mucho por ello. Por eso, le pido a usted, para que usted, que además ha dicho que está muy viajado, cosa de la que me alegro enormemente, puede ser la persona adecuada para que tenga esa sensibilidad que necesita este segmento.

Termino. Queremos que las más de veinte mil reuniones que el año pasado hubo en España y los más de tres millones de participantes de actividades en congresos que hubo en España, el año pasado, y que mueve este segmento se queden en Andalucía y, si es posible, que pasen por Córdoba. Pero para eso hay

que tener una estrategia, de la que hoy carecemos, e infraestructuras, de las que Córdoba también, por desgracia, carece.

Nada más, y muchísimas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón Mañas.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, hay que considerar que el sector de congresos y eventos no es un segmento turístico solo, sino que no hay que perder que la misma filosofía de los congresos y de los eventos, ferias, congresos y eventos, son la generación de relaciones comerciales, de relaciones profesionales..., o sea, la concepción de relaciones profesionales y, en definitiva, el crecimiento económico de un territorio. Porque no solo podemos, y sería además muy corto de miras, pensar que solo es una reducción al turismo, a las noches de hoteles, o a la posibilidad de que alarguen su estancia. Que sí, que es muy importante, pero que en el segmento que a nosotros nos ocupa, creemos que lo que tenemos que hacer es promocionar a Andalucía como ese destino, como ese territorio que no solo dispone de un buen clima o de una oferta complementaria y cultural, gastronómica, natural, o como consideremos que podemos hacer, porque tenemos de todo y para todos, sino que además tiene que tener una visión como generación de sinergia empresariales, de sinergia..., quizás de asimilación por contacto, donde Andalucía también disfrute de unos beneficios empresariales y económicos en base al desarrollo no solo turístico, sino económico de toda la comunidad.

Y, por eso, es importante que sea la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio la que tenga la competencia del desarrollo de este sector, porque consideramos que nosotros tenemos que hacer lo posible por salir del cliente corporativo y ponernos en el cliente turístico.

Pero esa es la misión de esta Consejería de Turismo y Deporte. Nosotros tenemos que hacer lo posible por poner o por hacer aún más atractivo que los congresos vengan a Andalucía, con herramientas como las que tenemos, en la que va a haber en el próximo año un acuerdo tanto con los colegios profesionales como con las universidades, para la atracción no solo de grandes congresos, sino también de congresos de pequeño y mediano tamaño, que también puede hacer mucho bien para no solo, como he dicho, ese conjunto de ciudades que son muy atractivas y conocidas en la oferta del segmento, sino también para ciudades más pequeñas o de tamaño medio, que les podemos solucionar las ocupaciones turísticas, las ocupaciones hoteleras y la generación de economías anexas, como son los restaurantes, la restauración o el alquiler de coches o el alquiler de servicios que puedan permitir, también, vivir a estas ciudades medias y pequeñas.

Por tanto, yo creo que hay que ser conscientes de que la coordinación que ya tenemos efectiva con la Dirección General de Comercio y también efectiva con la consejería, no solo la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio, sino también la de Innovación y Economía, donde tenemos la posibilidad de atraer, ya digo, con-

gresos que puedan hacer que Andalucía crezca profesionalmente, que crezca económicamente, que crezca no solo en el sentido, en la parte que a mí me atañe, que sea la turística. Y nosotros hacemos una campaña, desde Turismo de Andalucía, hacemos una promoción de Andalucía como destino, una promoción que no solo nos lleva a hacer que Andalucía se publicite en el territorio nacional, sino también en el internacional, y que nos posicione como uno de los territorios más atractivos para la celebración de estos congresos. ¿Cuál es nuestra finalidad? Nuestra finalidad, como digo, es crecer en fechas fuera de la temporada alta, crecer, hacer posible para que Andalucía sea un destino, en temporada baja, que complemente esa política contra la estacionalidad que desarrollamos desde esta consejería y, sobre todo, lo que necesitamos es que incremente el gasto diario, porque no solo son las cifras las que nos tienen que mover, sino lo que nos tiene que mover es la generación de una economía, la generación de una riqueza que se traduzca en la generación de un empleo de calidad y estable, y eso se hace apoyando y estando presentes en todas las principales ferias.

Y quiero terminar con nuestro compromiso, lo he hecho patente durante varias veces que he estado de visita, y cada vez que se me ha preguntado, de que una vez que Córdoba tenga esas instalaciones dispuestas, que no tienen que estar abiertas, sino con que tengamos la fecha de inicio de cualquier instalación destinada a este segmento de congresos, eventos y reuniones, nosotros haremos un plan específico de publicidad de la ciudad de Córdoba, de esas instalaciones, para hacerlas, ya digo, específico para hacerlas atractivas, para darlas a conocer y para posibilitar que el máximo de congresos posibles viniera a esa ciudad, no solo aprovechando las infraestructuras creadas sino también aprovechando la facilidad de comunicación que se le podría dar, a través tanto de carretera como de tren.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/APC-000998 y 10-16/APC-001088. Comparecencias del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la aplicación de las nuevas tecnologías al sector del turismo en Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con el orden del día. Vamos ahora a un debate de petición de comparecencias agrupado, planteado por el Grupo Ciudadanos y por el Grupo Socialista.

Habíamos quedado en la Mesa que, en esta ocasión, una vez intervenido el consejero, íbamos a desarrollarlo, este punto del orden del día, con una sola intervención, empezando por los grupos no proponentes, de menor a mayor, pero los grupos no proponentes tendrían tres minutos y los proponentes tendrían siete.

Por tanto, tiene la palabra el señor consejero por un tiempo de quince minutos, relacionado a informar solo sobre la aplicación, la ampliación de las nuevas tecnologías al sector turístico, presentada por Ciudadanos, y de informar, a fin de informar sobre internet y turismo en Andalucía, por el Grupo Socialista.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, la industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías. La adopción masiva de internet por parte de los consumidores ha hecho que este sector sea uno de los más afectados y de los que más rápidamente crecen y que ha tenido que adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

El turismo es uno de los sectores en los que la tecnología digital ha tenido un mayor impacto, porque es muy sensible a la manera en la que los turistas toman sus decisiones, fuertemente influidos por las opiniones de otras personas a través del uso de aplicaciones de redes sociales y otros espacios de internet.

A la unión de internet y turismo se le ha denominado, en ocasiones, matrimonio de conveniencia, y algunos empresarios ven las nuevas tecnologías con una mezcla de fascinación y de terror, aunque la mayoría piensan que la ecuación turismo-nuevas tecnologías es sinónimo de éxito.

Este es un tema apasionante y, por ello, desde nuestro departamento de análisis y estadística hemos elaborado un estudio del papel que juegan internet y las nuevas tecnologías en los viajes turísticos, analizando cada una de sus fases. Es decir, inspiración en la elección del destino, planificación del viaje, durante el viaje y una vez finalizado este.

Y, como no solo es importante conocer el uso de las tecnologías por parte de la demanda, sino también si la oferta andaluza está preparada para ello, hemos elaborado igualmente un análisis para mostrar la situación actual del uso de tecnologías de la información y comunicaciones, y del equipamiento tecnológico en empresas de alojamiento en Andalucía y su comparativa a nivel nacional y europeo.

Entendemos, desde la consejería, que es muy importante tener un completo análisis sobre uno de los principales condicionantes futuros de la industria turística actual. La fuerte influencia de las nuevas tecnologías,

la transformación digital del sector, los nuevos modelos de negocio y el uso generalizado de los dispositivos móviles son factores a tener en cuenta. La era digital avanza a un ritmo imparable. Cuando redactamos el anterior plan de márketing en 2012, los reyes del mercado eran las BlackBerry y sus enormes teclados, algo que hoy se considera pieza de museo. Los sistemas operativos actuales de una Tablet consumen incluso más recursos de los que entonces se empleaban para un portátil a la hora de funcionar. Estos dispositivos, ahora, son una extensión más del visitante, un instrumento perfecto para conocer, reservar y comentar la experiencia turística. Y, por eso, es clave saber cómo la demanda potencial utiliza estas herramientas para acelerar la adaptación del destino a este nuevo ámbito, cuestión que impregna el contenido completo del nuevo plan de márketing del que les hablaré más adelante.

En primer lugar, quiero hacer mención al uso del capital informático del que disponen empresas, el hardware. Prácticamente la totalidad de las empresas, tanto europeas como españolas y andaluzas, cuentan con ordenadores personales y con conexión a internet, y tres cuartas partes de las mismas disponen de página web propia.

No obstante, las empresas andaluzas y españolas en general se sitúan ligeramente por debajo de la media europea en cuanto a la oferta de catálogos de sus productos, lista de precios en su web y posibilidad de realización de los pedidos y/o reservas online.

En este contexto, cabe subrayar que casi la totalidad de empresas de alojamiento turístico europeas, españolas y andaluzas disponen de webs propias y presentan un uso más intensivo de todas estas herramientas, en comparación con la media que demuestran el total de empresas. Concretamente, respecto al comercio electrónico, el 91% de las empresas de alojamiento andaluzas ofrecen en su web la posibilidad de realizar pedidos o reservas online, frente al 20% de la media de las empresas andaluzas.

Superamos, incluso, el 77% de media que presentan las empresas de alojamiento europeas y el 85% de las españolas.

Estos datos nos presentan una oferta turística andaluza a la altura, en su afán de corresponder a la creciente demanda de servicios turísticos en internet, destacando sobre el resto de sectores en cuanto a equipamiento y adaptación al medio online.

Analizando más detalladamente los servicios de alojamiento, cabe destacar que el 30,7% de las empresas de alojamiento andaluzas, hoteles y campings, disponen de personal que realizan funciones TIC específicas, porcentaje superior en algo más de 4 puntos al que registra la media alojativa española. El tipo de conexión a internet más habitual es la banda ancha fija, en concreto, mediante DSL, ADSL, SDSL, utilizada por el 90,7% de la oferta alojativa andaluza que dispone de conexión a internet, un porcentaje algo superior a la media española, que alcanza el 85,6%.

La segunda tecnología de conexión a internet es la telefonía móvil de banda ancha, alcanzando al 67,9% de las empresas andaluzas de alojamiento y al 70,1% de las españolas en su conjunto. Disponer de un sitio página web es la mejor carta de presentación. Esto ratifica el hecho de que toda la oferta andaluza de alojamiento turístico se encuentra dotada de esta vía de comunicación.

Los servicios que más ofrecen las empresas a través de la web son información general de la empresa, el acceso a catálogos de productos o la lista de precios, la declaración de política de intimidad y seguridad del sitio web o la realización de reservas online.

Señorías, las empresas de alojamiento andaluzas se sitúan por encima de la media en todos los aspectos más relevantes relacionados con el comercio electrónico e, igualmente, para interactuar con la Administración pública, ya que el 94,6% de las empresas, el 94,6% de las empresas andaluzas de alojamiento utilizan internet para la obtención de información, impresos y formularios, así como para la declaración de impuestos de forma electrónica. Por ejemplo, es destacado el dato de que el 69,4% de los hoteles y cámpines de Andalucía que disponen de conexión a Internet utilizaron la firma digital en alguna de las comunicaciones enviadas, especialmente para relacionarse con la Administración pública.

Andalucía se sitúa 14 puntos por encima de la media nacional, ya que para el total de España la promoción de establecimientos turísticos que afirman hacer uso de la firma digital es del 55,3%. Por otra parte, el 50,3% de las empresas de alojamiento de Andalucía disponían a principios de 2015 de alguna aplicación informática para gestionar la información de los clientes, situándose por encima de la media nacional, que es del 42,6%.

Sin duda, el auge que en los últimos años han experimentado los medios sociales se ha dejado notar también en la oferta alojativa de Andalucía. De hecho, el 83,5% de los establecimientos utiliza los medios sociales, vía Internet, por motivo de trabajo, porcentaje que ha crecido más de 10 puntos en el último año.

La principal motivación para el uso de los medios sociales está relacionada con el intercambio de opiniones de clientes y con el desarrollo de la imagen de la empresa en el mercado. Entre estos medios destacan las redes sociales con un 99,7%, seguido a gran distancia de los blogs de empresa o microblogs, con un 65,1%, y las websites, compartiendo contenido multimedia, un 25,4%. Destaca también que el 67,6% de las empresas de alojamiento de Andalucía pagaron este año por anunciarse en Internet porcentajes superiores a la media nacional, que se sitúa en un 62,2%.

Todas estas cifras no hacen más que confirmar la importancia de Internet en el sector turístico y la gran penetración del medio *online* en las empresas que prestan servicios turísticos y justifican con creces una atención especial en los planes de márketing de los agentes implicados.

Señorías, en cuanto al uso del comercio electrónico en establecimientos hoteleros, un año más Andalucía se sitúa en tercer lugar con un 33,4% de reservas hoteleras *online*, tras la Comunidad de Madrid con un 36,6%, y Cataluña con el 36%. Nos sigue la Comunidad Valenciana con un 26,9% de habitaciones contratadas a través de este canal. Ocupan los últimos lugares de este ranking los archipiélagos, muy vinculados a la intermediación tradicional de turoperación.

Respecto a la demanda, debo decirles que 27,1 millones de españoles utilizan Internet asiduamente, lo que supone 900.000 personas más que el año anterior, continuando así con la evolución alcista de los últimos años. De ellas, casi el 53% de estas personas hacen uso de viajes..., hacen uso de servicios relacionados con viajes y alojamiento. Estamos hablando por tanto del 14,3 por ciento..., de 14,3 millones de personas entre 16 y 74 años que utilizan Internet por motivos particulares para viajes y alojamiento.

En este porcentaje se ubica entre aquellas personas que ven vídeos o películas por Internet, un 58,6%, y aquellas otras que lo utilizan para operaciones de banca electrónica, un 50%. En cuanto a comercio electrónico, el Instituto Nacional de Estadística estima en 14,6 millones los españoles que realizaron compras por Internet durante el último año. Es decir, 1,7 millones más que el año anterior.

Si se desglosan estas operaciones por actividad, aparece en primer lugar el alojamiento de vacaciones, con el 54,6% de los usuarios. En segundo lugar, otros servicios para viajes, como transporte o alquiler de coches, con el 47,5%. Y en cuarto lugar, entradas para espectáculos, con el 43,2%.

Y quiero ofrecerles otro dato muy interesante, se estima que del total de turistas recibidos en 2015 en nuestra comunidad, el 31% —es decir, algo más de 8 millones de turistas— ha realizado alguna reserva *online*, entendiéndose por reserva la contratación de algún tipo de servicio sin que este implique necesariamente la compra a través de la red. Esto supone una cuota de cinco puntos superior a la estimada en el 2014.

El perfil del turista que reserva por Internet se corresponde principalmente con el de una mujer, 52,3%, independientemente de su procedencia. En cuanto a la edad hay que apuntar diferencias entre españoles y extranjeros, para los españoles el intervalo 30-44 años es el más representado, con un 37,9%; y para los extranjeros la mayor concentración de turistas que reservan por Internet se registra entre los que tienen una edad comprendida entre los 45 y los 64 años, un 33,9%.

La situación laboral más común es la de trabajo remunerado por cuenta propia o ajena, seguida a gran distancia de estudiantes y retirados jubilados, destacando especialmente este último grupo en el caso de los extranjeros.

Por otra parte, cabe destacar que el 82,1% de los turistas digitales reservó su alojamiento por Internet, alcanzando el 88,9% en el caso de los turistas nacionales.

Respecto al transporte, el 69,6% compró su transporte a través de este canal, llegando al 94,6% de los turistas extranjeros que viajaron a Andalucía en 2015.

En cuanto a la reserva de actividades, como restaurantes, museos y otros lugares a visitar, la media del porcentaje se sitúa en torno al 10,3%. Vemos cómo Internet se consolida como un canal fundamental a la hora de realizar las reservas vacacionales por parte del consumidor, así como para compartir experiencias y vivencias. Si bien es cierto que los amigos y conocidos siguen siendo la principal fuente de información que suelen tener en cuenta los turistas a la hora de buscar información para elegir un destino turístico para viajar o para planificar el viaje, merece la pena destacar la creciente importancia que han adquirido otras fuentes. En concreto, el 75,2% de los turistas que han visitado Andalucía en 2015 han utilizado Internet durante el viaje para compartir fotos o vídeos de su viaje, ocho puntos más que el año anterior.

Mientras el 54,9% lo utilizó para subir comentarios o recomendar lugares, sitios donde comer o dormir, y el 28,4% utiliza servicios de geolocalización para señalar dónde se encuentra. Estos porcentajes aumentan si consideramos las actividades realizadas una vez finalizado el viaje, tanto es así que el porcentaje de turistas que usa Internet para subir y compartir fotos o vídeos cuando acaba el viaje asciende al 83,5%, siete puntos más que en 2014. Mientras que aquellos que comentan o recomiendan lugares que han visitado, o sitios donde comer o dormir, alcanza el 70,3%.

WhatsApp y Facebook se consolidan como los medios sociales más utilizados por los turistas a la hora de compartir contenidos relacionados con su viaje a Andalucía, siendo utilizados por el 82,3% y el 79,7% respectivamente, creciendo ambos respecto al año anterior 2,1 puntos y 9 puntos respectivamente.

En cuanto a los medios especializados en turismo como Tripadvisor o Booking, cabe destacar el incremento experimentado por ambos servicios en 2015, alcanzando unas tasas de uso del 21,3% y del 14,9% respectivamente.

Entre las principales diferencias del análisis por mercados, cabe destacar la mayor presencia de WhatsApp en el turismo nacional y el mayor uso de Tripadvisor y Booking que hace el turista extranjero.

Por otra parte, el 28,2% de los turistas que nos visitó el año pasado hizo uso de la web oficial del destino andaluz, www.andalucia.org, principalmente para buscar información práctica sobre el destino.

Respecto al tipo de información consultada en *smartphones* y *tablets*, destacan los lugares para ver los sitios donde comer y la consulta sobre traslados y medios de transporte. Entre las principales ventajas del uso de Internet en dispositivos móviles los turistas destacan, sobre todo, la consulta de mapas y la posibilidad de acceder a formación en tiempo real. Entre las desventajas más mencionadas se encuentra la falta de puntos de conexión wifi gratuita y los problemas de cobertura. No obstante, debemos destacar que un 31,4% de los turistas consultados no encuentra ninguna desventaja en el uso de estos dispositivos.

Para terminar, me gustaría resaltar que uno de los principales retos que debe afrontar la industria turística en su conjunto es la formación en el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones. Es evidente que la relación y la relevancia del capital humano y las TIC para el turismo, para la prosperidad de los destinos y para la mejora de la empleabilidad de los recursos humanos, hay que tener en cuenta. Y, en este sentido, desde esta comisión quiero animar a todos los profesionales del sector y empresarios a trabajar, y a los trabajadores para que se unan a la transformación digital de la industria turística andaluza.

Desde la Junta de Andalucía a través del plan de márketing estratégico, o sea, el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, y del trabajo que realizamos desde Andalucía Lab, y tomando como marco las principales estrategias europeas y de ámbito regional, con las que seremos plenamente coherentes, vamos a impulsar esta transformación digital, porque queremos contribuir en la aceleración de la adaptación del destino Andalucía a las nuevas tendencias e innovación, y porque ayudaremos a potenciar la generación de negocios en las pymes andaluzas. Porque el turismo es una industria exigente que requiere de procesos innovadores para garantizar su sostenibilidad y su competitividad. Y todos somos cómplices para que Andalucía siga siendo líder en el mercado nacional y una de las principales referencias en el contexto internacional.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Bueno, vamos continuar este debate con la participación de los grupos políticos. Le correspondería ahora, de acuerdo con la presencia de los grupos en la comisión, al señor portavoz del Grupo de Ciudadanos, el señor Funes Arjona, por siete minutos.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, el turismo está siempre bajo presión, y necesita por tanto la innovación permanente y reinventarse para satisfacer al cliente. Un cliente que a día de hoy, o en estos tiempos, es fundamentalmente o principalmente digital, que escoge un destino con su móvil, selecciona un vuelo, compra, reserva un hotel,

un restaurante, un guía..., todo ello desde su móvil. Por tanto, la tecnología se ha convertido en un aliado, en el principal aliado del turismo. Eso no cabe la menor duda, y no parece que esté de paso, sino que va a seguir invadiendo espacios que eran insospechados hasta ahora.

Hay, por tanto, una demanda creciente, y nosotros creemos que se puede hacer más. Es un tópico, siempre se puede hacer más, ¿verdad? Usted ha estado aludiendo a elementos que ya están, diríamos, muy..., muy introducidos, ¿verdad? Pero he echado en falta, y ahora después desglosaré cuáles son los elementos en los que deberíamos potenciar o deberíamos fijar la atención, porque no solamente se trata de responder tecnológicamente al presente, sino que nosotros, que somos un destino puntero y que queremos seguir siéndolo, no solamente estar en el pódium, sino, si es posible, incluso estar en lo alto de todo el pódium, hay que adelantarse. Y eso es lo que he echado un poquito en falta en su comparecencia, no lo que usted ha dicho, que está muy bien, está muy bien, sino elementos que rompan, que generen sorpresa, que expliciten o reflejen claramente que nos estamos adelantando. Es un reto para todos, un reto para las propias empresas...

La empresa que hoy no tenga una página web, se va a convertir en esas tiendas de ultramarinos que todavía vemos con carteles ya descoloridos, ¿no?, y que se han convertido en auténticas reliquias de lo que eran los supermercados de hace algún tiempo. La labor, por tanto, de la Administración es estar ella al día de las transformaciones y procurar, lógicamente, servir de estímulo, de ánimo, de empuje a todo el sector, para que todo el sector estemos..., o esté, en la misma línea.

El número de usuarios de terminales móviles supera los 2.000 millones. Hay un 90%..., aproximadamente un 90% conectado a Internet. Más de la mitad de las visitas a las principales webs españolas proceden de dispositivos móviles. El 90% busca información en su teléfono. El 77% acaba realizando alguna compra, pero ya no solo el móvil, ¿eh?, no solo el móvil. Está apareciendo el reloj inteligente. Yo sé que esto son las empresas las que se tienen que meter, pero bueno, digo que la propia Administración también puede estar... Y empresas de transporte, como Vueling o Air Europa, ya tienen las tarjetas de embarque en los relojes.

El análisis de datos. Los *big-data* es una especie de confesionario virtual. Hay por ahí quien dice también que queda dañada la privacidad y que habrá que regular hasta qué punto, pero es muy fácil hacer estudios..., o hay ya que hacen estudios sobre cuáles son..., qué quieren nuestros potenciales clientes, y qué quieren nuestros clientes para fidelizarlos. Entonces, ese estudio no sé si está haciendo. No sé si se está haciendo, a través de ese, que he llamado antes, especie de confesionario virtual.

Otro elemento que hace algún tiempo nos parecería de ciencia ficción: los drones. Los drones. Muchas de las fotos que aparecen especialmente llamativas, porque pueden llegar a lugares, desde sitios que no se pueden hacer fotos de manera habitual, están realizadas por estos *aparatejos*. No sé si nuestra consejería está haciendo uso de estas..., digamos, de este último grito que está surgiendo en el mundo de la tecnología.

Me gustaría, por tanto, que en su siguiente intervención nos señalara hasta dónde puede, o hasta dónde cree, hasta dónde quiere llegar la consejería en el tema de la innovación, porque no nos podemos quedar en el tradicional correo electrónico. Sí, eso evidentemente está ya instalado. Pero repito que consideramos que hace falta seguir insistiendo, incluso en aquellos elementos que hoy aún no están absolutamente des-

plegados, pero que sí están asomando la patita. Y yo creo que el primero que llegue a la utilización de determinadas estrategias, pues va a tener mucho ganado.

Parece que en Fitur se pretende ir en esta dirección, mostrando Andalucía..., y voy a leer unas palabras que he cogido de la prensa, pero que las entrecomilla, por lo tanto, las ponen en su boca como «un destino puntero en cuanto a la aplicación de las nuevas tecnologías en el mercado turístico». Por eso, yo le voy a dar alguna sugerencia, desde mi grupo.

Mire, es prioritario y fundamental —usted ha aludido también— al Plan de Márquetin Interactivo. Un plan que debería tener los siguientes elementos. Posicionar a Andalucía en los primeros destinos de buscadores, un plan profesional. Gestión profesional de las redes sociales por parte de un *community manager*, cualificado. Invertir en campañas más innovadoras, de modo que..., a través de buscadores, de redes sociales, etcétera, replanteándose formas clásicas. Habrá que ver cuál es la promoción turística que tiene un mayor impacto o que puede suponer mayor beneficio. A lo mejor hay que replantearse dónde poner..., en qué cesta poner los huevos, para ver qué es hoy día más significativo. Sé que esto no es..., es decir, si el papel..., también necesita, ¿no? Pero a lo mejor hoy una campaña de móvil pues es..., mensajes que..., es más potente que a lo mejor un *flyer* que se reparte en un periódico. No lo sé, ¿eh? Estoy dando ideas por lo menos para que se replanteen determinadas formas de hacer la promoción. Crear un departamento de I+D+i de la industria turística, pero vinculada específicamente a la innovación, innovación en la industria turística. Lanzar campañas de móvil-márquetin. Estudiar, como ya he indicado anteriormente, las posibilidades que el *big-data*, el *open-data*, pueden ofrecer a nuestra industria turística.

Actualmente, no tenemos una aplicación. A lo mejor se le podría también..., estudiar una aplicación de la propia Administración que, digamos, que aúne todas las posibilidades del..., no solamente informativas sino operativas. Sacar una entrada o poder, incluso, con convenios con determinadas empresas, reservar un hotel, o..., en fin, una aplicación de la propia Administración que ponga en valor, que ponga en el escaparate, que divulgue, de una manera también fácil, como es hoy día a través de los móviles, toda la riqueza de nuestra comunidad.

Por lo tanto, muy bien lo que se está haciendo, no..., no le pongo un pero, bien lo que se está haciendo. Muy bien si quiere lo que se está haciendo. Porque criticar el turismo andaluz sería hoy..., o sea, ya digo, nadie se va a atrever a criticar el turismo..., maravilloso, va genial, y ojalá siga así. Pero nuestro deber, nuestra obligación es ver —ya termino, señor presidente, termino con esto—, es ver cómo se puede mejorar. Y entendemos que, en cuestión tecnológica, ahí podemos dar algún saltito.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Señor consejero.

[...] la que intervenía.

Señora Céspedes, tiene la palabra, por tres minutos en este caso.

La señora CÉSPEDES SENOVILLA

—Muchas gracias, señor presidente.

Ya sé que tengo escaso tiempo, precisamente para hablar de un tema yo diría tan inconmensurable.

Está claro, por la intervención del señor consejero y del portavoz de Ciudadanos, señor Funes, que se están haciendo cosas, claro que sí que se están haciendo cosas. Pero que no se está haciendo lo necesario, creo yo. ¿Por qué? Porque es verdad que las nuevas tecnologías han cambiado, quizás, todo el concepto mismo del turismo. Y lo que hay que plantearse es el turismo mismo y su tratamiento. ¿Por qué? Porque hemos pasado de que era el turismo concebido como planes colectivos y los grandes turoperadores y demás, a planes individualizados, y cada uno, a través precisamente de las nuevas tecnologías en Internet, cada uno se hace su propio plan. Y eso creo que nos obliga a replantearnos todo lo que es..., desde la Junta de Andalucía, desde la Consejería de Turismo, a replantearnos cómo lo estamos haciendo en ese terreno precisamente.

El señor consejero en su comparecencia nos ha dicho que se está haciendo un análisis y en la comparecencia ha hecho un análisis exhaustivo que nos ha aportado muchísimos datos, pero yo creo que tras ese análisis que, por supuesto, es bueno que se haga para testar cómo está ahora mismo la situación en este sector, lo que viene después es hacer un gran plan, un plan de formación, como ha dicho el consejero, y también de implantación y formación. Y sobre todo de una promoción brutal a través de todo lo que son las redes sociales de Andalucía.

Las ayudas... Es verdad que las empresas se han encargado, porque ahí está hoy el comercio, ahí está hoy un gran caladero de negocios, de posicionarse, pero creo que la Junta de Andalucía tiene también que recabar ayudas para ese posicionamiento en el sector. Y sobre todo, y hablando de posicionamientos, creo que es importantísimo que ese posicionamiento se haga de forma colectiva y no de forma individual y por sectores, tanto de los hoteles como hostelería, guías turísticas... Creo que hace falta una unidad, una unidad en la promoción de Andalucía a través de las redes sociales, de las nuevas tecnologías. Y quizás replantearnos esa promoción, a lo mejor ya no se trata tanto de Fitur y de ir a Londres, sino de que tenemos precisamente esos..., o de los *flyers* en los..., como decía el señor portavoz de Ciudadanos, sino de ir a herramientas mucho más novedosas, que creo que es lo que necesita este nuevo planteamiento del turismo.

Porque son muchos, muchos, los sectores implicados, muchos los sectores económicos. Es verdad que este año hemos arrojado unas buenas cifras del turismo, pero no tenemos que cejar en este empeño, y creemos que precisamente el camino del negocio turístico y el camino de Andalucía van a ser precisamente por las nuevas tecnologías. Hay que apostar..., creo que precisamente en este sector turístico hay que apostar plenamente por lo nuevo, por lo que nos viene y por que no nos pase la ola y ya, cuando nosotros lleguemos, ya la ola haya pasado, sino que precisamente lo importante aquí es adelantarnos y sobre todo...

Me está ya mirando el señor presidente, creo que mi tiempo se está agotando.

Y lo que también le diría, señor consejero, es que son importantes las nuevas tecnologías en el turismo, pero tampoco se olvide del [...]. Nosotros precisamente tenemos pedida una comparecencia en ese sentido.

Nada más y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Céspedes.

A continuación, tiene la palabra la portavoz del Grupo Socialista por siete minutos, la señora Bustinduy.

La señora BUSTINDUY BARRERO

—*[Intervención no registrada.]*

Perdón, que es verdad que no le había dado a esto.

Por tanto, es verdad que el turismo se conforma como una de las actividades que está siendo muy permeable respecto a los cambios tecnológicos y, por tanto, es un sector candidato sobre el que se puede desarrollar una estrategia de especialización inteligente, porque todos sabemos que tiene una importancia grande desde el punto de vista económico, porque tiene una relación también..., guarda una estrecha relación con otros sectores productivos que también son interesantes, y porque Andalucía tiene una buena posición competitiva, y porque también las pymes necesitan incorporar a su actividad todo lo posible en su proceso de negocio a la innovación, lo relativo a la innovación.

Lo que sí es verdad es que lo que se pone muy claramente en evidencia es que a los que no les ha ido bien, a los grupos turísticos que no les ha ido bien últimamente, se han quedado atrás con respecto al tema de la tecnología y de la apuesta por la innovación, eso sí que queda claro, es una conclusión que se puede poner de manifiesto. Y, por tanto, vemos que hay que apostar claramente por todos los avances y desde el punto de vista de la utilización de las nuevas tecnologías debemos también ver los elementos que hay en relación con la demanda. Pero también, como usted bien ha planteado, hay que ver si la oferta turística que tenemos en Andalucía está preparada para incorporarse a estos avances.

Hay un análisis de Focusrite que habla del sector turístico a nivel europeo, que mueve 250.000 millones de euros, de los que un 44% procede del entorno *on line*. Es decir, el turismo se ha convertido en la primera industria..., la definen ellos como *e-commerce* de Europa, y se espera que este porcentaje vaya a seguir aumentando en el año en el que estamos, en 2016. Por tanto, el turismo es un sector económico que produce los mayores ingresos procedentes del comercio electrónico en el mundo.

Y los datos que usted nos acaba de dar referidos a Andalucía del análisis del sector..., con respecto al tema del comercio electrónico, como usted bien ha planteado, en la oferta turística andaluza, el 91% de las empresas de alojamiento de nuestra comunidad ofrecen en su página web la posibilidad de realizar pedidos o reservas *on line*, frente a algo más del 20% de la media de empresas andaluzas. Es decir, que es que hay mucha distancia en la incorporación a las nuevas tecnologías en el sector.

Entonces, estas cifras nos presentan una oferta turística que está a la altura y que está teniendo capacidad de responder a esa demanda cada vez más creciente de servicios turísticos en internet y destaca sobre el resto de los sectores en cuanto a los equipamientos que tienen y a la adaptación al medio *on line*, porque es que además, si no, nos quedaríamos atrás.

Y, en ese sentido, según los datos de encuesta de coyuntura turística, el 70% de los turistas que llegaron a Andalucía el año pasado, en 2015, utilizaron internet para realizar la reserva de algunos de los servicios con-

tratados y el 30% culminó el proceso con la compra de algún producto o servicio. En el caso de los extranjeros, es curioso, la proporción es mayor que en el caso de los españoles: el 77% frente al 65%.

Por tanto, teniendo en cuenta todos estos factores, parece muy claro que hay que apostar con fuerza por el conocimiento y la innovación para adaptarse e impulsar un modelo de crecimiento dirigido a maximizar los beneficios económicos y sociales del turismo.

Por tanto, estamos hablando de aumentar la productividad de las empresas, la diferenciación, el gasto de los turistas que nos visitan, incrementar el efecto arrastre sobre otros sectores, utilizar los recursos que se precisan más eficientemente y mejorar, por supuesto, el retorno de las inversiones tanto públicas como privadas en el sector. Y una de las mejores vías para lograrlo, desde luego, es acercarnos a la cultura de la innovación a través de los miles de establecimientos y de profesionales que componen el sector en Andalucía y que sepan cómo vender en internet, cómo aprovechar las soluciones tecnológicas en sus negocios, en la creencia de que esta transformación es sumamente eficaz y necesaria y, sobre todo, nos permite construir ese destino que entre todos queremos hacer más competitivo aquí en Andalucía.

Y ahí está también la Administración andaluza porque a través de su Centro de Innovación Turística de Andalucía, Andalucía Lab, está ofreciendo una buena oportunidad para que cualquier empresa turística, independientemente de su dimensión, de su localización geográfica, pueda tener el mismo acceso a la formación, al conocimiento, a las nuevas soluciones tecnológicas que están surgiendo en torno a la industria turística, y, por tanto, estar al día y reciclandose permanentemente con el objetivo, por supuesto, de ganar en competitividad.

Pero también le quiero decir que sabemos que no es una apuesta aislada que hace la consejería, porque la Estrategia de Innovación de Andalucía 2020, aprobada por Consejo de Gobierno este mismo año, en el mes de febrero, es el documento que establece los objetivos y los criterios de priorización del Gobierno de la Junta respecto a estos temas y lo plantea desde la investigación, la innovación y el uso de las tecnologías de la información, estableciéndolo, además, como una prioridad dentro del sector de la economía andaluza. Y entre esas prioridades se establece, por supuesto, la potenciación de Andalucía como un destino, que ya cada día está más consolidado, turístico, cultural y de ocio, teniendo en cuenta, por supuesto, los ejes que conforman el destino turístico inteligente: innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad. Y, por tanto, se ha planteado el Gobierno, desde su consejería, que usted preside, pues posicionar a Andalucía a la vanguardia de la innovación turística mediante la incorporación de la investigación, el desarrollo y la innovación de los productos y procesos para hacer de nuestra industria turística una industria mucho más potente y más competitiva.

En eso estamos, entendemos que tenemos buenos datos, hay algunos déficits todavía ajenos también a la..., como es el tema de la velocidad en Internet, los puntos de wifi, tenemos que seguir construyendo realmente entre todos una industria más competitiva, pero creemos que estamos en una senda correcta.

Nada más y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Bustinduy.

Y para concluir el debate de esta iniciativa agrupada de petición de comparecencia del consejero, tiene la palabra para cerrar el debate el señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, he querido con mi intervención dar todos los datos sobre la incidencia de Internet en el turismo en Andalucía. Pero partiendo del carácter del factor sistémico que tiene el turismo, donde todo influye, donde todo es posible, tener cualquier tipo de incidencia sobre el turismo en un territorio... Quiero decirles que la adaptación, como bien ha dicho la señora Bustinduy, la adaptación del sector de la industria turística a la innovación y a Internet, y a todo lo que significa la nueva cultura digital, en Andalucía va por muy encima de cualquier otro sector andaluz, y que creo que debería ser el reflejo, o, por lo menos, el espejo donde mirarse otras industrias en Andalucía. Y debe ser también la labor de las administraciones mantener este liderazgo y fomentar que sean las otras industrias las que se incorporen a esta digitalización o a este nuevo mundo.

Tan importante... En la relación del turismo con las nuevas tecnologías, y sobre todo con las redes, tan importante es la información que se da como la que se puede leer, y ahí coincido con el señor Funes. Señor Funes, un *big data*, siempre desde la protección de datos, desde el respeto a la intimidad de cada una de las personas, puede darnos tanta información a la hora de tener críticas, localizaciones, búsquedas, fórmulas de búsqueda, tantos datos sobre el que viene como sobre el que no viene, que nos puede ayudar a orientar nuestra política de márketing. Una política de márketing que tiene que ser transversal, que tiene que coger los sistemas clásicos y los sistemas innovadores, porque... Y le tengo que decir a la señora Céspedes que muchas veces caemos, y no le hablo de nosotros, de los que estamos aquí representados, sino de los ciudadanos, de los consumidores, muchas veces caemos en las redes de la turoperación, muchas veces caemos. La turoperación ha sido la primera en mutar, ha sido la primera en pasar a la digitalización para hacernos creer que la libertad personal a la hora de elegir nuestros viajes está fuera de esas redes de comercialización de la turoperación. Y lo que antes considerábamos que era imprescindible, como era un señor sentado al otro lado de la mesa para venderte cualquier billete de avión, lo hemos cambiado por otro tipo de señor y otro tipo de mesa —y permítanme la terminología— para vendernos ese mismo avión. Y han sido los primeros. Y tenemos que ser conscientes de que tenemos que usar esas redes, no para engañar a nadie, ni para convencer a nadie de forma no legítima, sino para estar presentes. Y ahí tengo que coincidir, y creo que hemos coincidido todos los que hemos intervenido, en que la digitalización, la incorporación a las TIC, la incorporación a las TIC también de la comercialización, es imprescindible.

La Junta de Andalucía, o sea, Andalucía como destino, pero sobre todo la participación que va a tener esta consejería en el próximo Fitur va a tener papel cero. Toda la información que va a llevar Andalucía a Fitur va a tener un formato digital, donde el ciudadano, mediante la captación, o bien por códigos BIDI, o mediante la solicitud de documentación a través de correo electrónico, o a través de acceso a cualquiera de nuestros recursos web, va a tener esa información sin la necesidad de tener el sistema tradicional del papel. Y eso nos da dos ventajas: primero, la presentación de un producto moderno, de un producto al orden de lo que es el mundo actual, o por lo menos adaptado al mundo actual; y, segundo, nos va a dar la posibilidad de tener una

información, de tener una clientela que ya está interesada en Andalucía, que quiere información de Andalucía y que nos permita tener toda la..., darle posibilidad para tener toda la información de forma directa y personalizada por parte de la Junta de Andalucía y del destino Andalucía.

Y también tengo que decirles que tenemos que buscar, porque así lo hacemos en nuestros planes... Y después hablaré de un plan de la Costa Tropical, a una pregunta que nos hace Ciudadanos. Nosotros cualquier forma de promoción específica de cualquier territorio andaluz conlleva una formación específica para que el empresariado se adapte al mundo digital, porque consideramos que es imprescindible, porque consideramos que estar en la red, que estar en ese mundo virtual es imprescindible para conseguir tener éxito en el mundo real, y todos estos datos que yo he dado, en el principio, en mi intervención, son datos que constatan esa incorporación de los ciudadanos y de las empresas a ese mundo virtual. Cuando tenemos el viaje en un bolsillo, cuando tenemos la capacidad de influir en el viaje de otros, sin conocerlos siquiera, mediante nuestras críticas, mediante nuestras recomendaciones, tenemos que ser conscientes que son instrumentos que tenemos que usar desde la más..., bueno, desde la más absoluta legalidad y respeto. Ya digo, siempre nos tiene que mover el respeto a la intimidad y el respeto a la protección de datos específicos de cada ciudadano que se nos acerca a nosotros.

Tenemos que saber usar también algunos recursos que no son tan virtuales, sino que son reales, y le quiero decir al señor Funes que los drones nos han facilitado mucho nuestra promoción por el abaratamiento de las imágenes que podemos captar y de las imágenes que podemos dar de Andalucía con estos nuevos instrumentos. Ahora mismo, con un dron, por mucho, por muchísimo menos dinero, podemos tener imágenes que antes tenía que levantar un helicóptero, y solo por eso creo que hay que saber que también aprovechamos ese tipo de información.

Y quiero decirles que desde la consejería somos conscientes de la necesidad de adaptar todo, todo, y de una forma transversal, todo el sector, toda la industria turística a la realidad virtual, a la realidad digital, porque eso significa seguir siendo un destino innovador y un destino competitivo. Y en ese sentido vamos a desarrollar un *big data*, que se presentará seguramente a primeros del año, que nos permita tanto darles información a los destinos sobre las críticas, sobre todos los *inputs* que se puedan entrar digitalmente en la red sobre los destinos, sobre los destinos y sobre empresas específicas de los destinos, tanto como la ayuda que podamos tener con ese *big-data* para poder desarrollar los posibles planes de acción continuos en un futuro, ¿no?

Y, en eso tengo que decir una cosa, el plan de márketing contempla esa flexibilidad. El plan de márketing horizonte 2020 que presentamos el otro día contempla esa flexibilidad para ir adaptando nuestro márketing turístico, para ir adaptando el márketing del destino Andalucía a las realidades que detectemos, y que seamos capaces de saber leer entre todos y con la idea de tener un mejor y un mayor éxito en el destino Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

10-16/APC-001136. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre el nuevo Plan Estratégico de Márquetin Turístico Horizonte 2020

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bueno, para terminar el capítulo de petición de comparecencias, ahora vamos a debatir sobre una petición de Izquierda Unida, de comparecencia del consejero, a fin de informar sobre el nuevo Plan Estratégico de Márquetin Turístico Horizonte 2020.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, quiero empezar poniendo en valor la implicación de los profesionales, de los empresarios, de los agentes sociales y de los técnicos, tanto de la empresa para la gestión del turismo y el deporte de Andalucía, como de la consejería y de las diferentes consejerías que también nos han apoyado, en el apasionante reto de elaborar el Plan Estratégico de Márquetin Turístico 2020.

Han sido más de 300 las personas que han participado en su formulación a través de las jornadas desarrolladas en todas las provincias, consultas a expertos del sector, y los encuentros mantenidos con los ocho patronatos, con la mesa del turismo y la comisión andaluza, los que han posibilitado esta colaboración y esta participación.

Un trabajo que se ha llevado a cabo, además, con los recursos humanos de la consejería y de la empresa Turismo de Andalucía, con la participación de más de 70 empleados públicos, y que dan como resultado un documento que, lógicamente, discurre en la misma dirección que marca el nuevo Plan General de Turismo Sostenible y la Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía. Es consensuado a su vez con empresarios y sindicatos, y que cuenta con el respaldo del conjunto del sector turístico regional. A todos ellos quiero agradecerles su esfuerzo y recordarles que ahora todos somos cómplices de la evolución del Destino Andalucía.

El turismo, señorías, es una industria exigente, que requiere de procesos innovadores para garantizar su sostenibilidad y competitividad. Es una actividad en constante cambio, influenciada por múltiples factores internos y externos, que reclama a los destinos vitalidad, capacidad de transformación y un esfuerzo permanente para afrontar nuevos desafíos.

Y, en este escenario, Andalucía ha consolidado una posición destacada a lo largo de los años, siendo líder en el mercado nacional, y una de las principales referencias en el contexto internacional, situándose a la vanguardia del turismo durante décadas.

Pero la inercia no nos mantendrá en esta privilegiada posición. Andalucía debe seguir avanzando, reinventándose en este proceso de mejora continua de la competitividad de nuestro sistema productivo, que debe canalizarse a través de la innovación y el conocimiento, sin olvidar que a todos nos une un objetivo primor-

dial: aumentar y consolidar los resultados del sector, potenciar la generación de negocio y contribuir a que el beneficio repercuta directamente en la generación de un empleo estable y de calidad.

Así, estaremos creando riqueza y bienestar a nuestra comunidad, y ese es el punto de encuentro que nos ha unido para elaborar el marco que regirá el trayecto que todos los implicados en este sector vamos a recorrer en los próximos años. El Plan Estratégico de Márquetin Turístico Horizonte 2020 es el instrumento que hemos decidido, un camino que, como les decía, construimos conjuntamente, porque la palabra que mejor refleja el proceso de elaboración de este plan es el consenso. Precisamente, y en el marco de este compromiso de todos los agentes del sector, en especial del tejido empresarial, este plan de márquetin incorpora un cambio importante de filosofía. Por primera vez, y como dije antes, en este tipo de planificaciones estratégicas se han definido como principales clientes tanto a los turistas como a las propias pymes andaluzas, auténticas protagonistas de la actividad turística, del negocio y del empleo que genera esta industria.

No podemos olvidar que este esfuerzo empresarial se ha traducido en datos muy importantes para Andalucía, con más de 357.000 ocupados en la industria turística. Trabajadores y trabajadoras con nombres y apellidos que representan más del 13% del total de ocupación en nuestra región. El reto que tenemos por delante es saber que todo este empleo sea estable y de calidad, en una industria como el turismo, que basa su excelencia en el trato humano entre cliente y trabajador. Situamos, por tanto, a las empresas de nuestra tierra, en el centro de atención. Una directriz que coincide con el nuevo marco comunitario de los fondos procedentes de la Unión Europea, que requiere una orientación total hacia la internacionalización de las pymes y la mejora de la competitividad del tejido empresarial.

Una nueva orientación hacia las empresas y el papel clave de la tecnología que nos obliga a realizar un profundo cambio en la manera de promocionar el destino. Una adaptación que nos ha llevado a incorporar en este plan un exhaustivo análisis del entorno, del propio destino y de las tendencias de la industria turística. En este sentido, se han estudiado los cambios experimentados en los últimos años y los movimientos que se están imponiendo en el mercado, la situación del propio destino andaluz, la evolución de los emisores a los que nos dirigimos y los segmentos en los que debemos incidir en cada caso.

El objetivo era contar con un amplio conocimiento de la situación que nos permita ser lo suficientemente ágiles para adaptarnos en esos retos y convertirlo en oportunidades que impulsen el negocio y el empleo en la comunidad.

Partiendo de este exhaustivo trabajo previo de investigación, nos marcamos cinco grandes objetivos estratégicos, objetivos que son medibles, cuantificables, adaptables a cambios futuros y que también han sido consensuados con los actores turísticos. Esos objetivos son:

En primer lugar, alcanzar los 30 millones de turistas en el año 2020, y que este incremento se refleje especialmente en los ingresos y beneficios laborales y sociales que aporta esta industria.

Aumentar en un 3,5% anual el número de turistas en temporada media baja para reducir la estacionalidad y mantener la actividad durante todo el año.

En tercer lugar, incrementar un 5% anual los viajeros procedentes de mercados prioritarios y mejorar la posición competitiva en aquello que supone una oportunidad para el destino Andalucía.

En cuarto lugar, mejorar el equilibrio y la cohesión territorial a través de la captación de nuevos clientes, incrementando las cuotas del interior y de las capitales hasta el 40% de las visitas totales.

Y en quinto, no..., aquí el orden no es excluyente, apostar por la transformación digital de las pymes a través de la innovación y la investigación.

Estos claros objetivos se han traducido en 50 líneas de actuación que se desarrollarán a través de los planes de acción de los próximos cuatro años. Ello supondrá la realización de alrededor de 2.000 acciones de promoción en Andalucía, siguiendo el conjunto de estrategias principales que guiarán toda nuestra actuación en materia de márketing turístico.

En primer lugar, queremos situar al tejido empresarial del turismo andaluz como una referencia mundial en esta industria, fomentando su internacionalización, su permeabilidad a la innovación y su competitividad.

Además, colocaremos a Andalucía a la vanguardia de tecnologías aplicadas al turismo mediante su conversión en destinos turísticos inteligentes. La investigación y la innovación serán los ejes de toda acción promocional, analizando nuevas posibilidades, cambios en el mercado, retos, y planteando soluciones innovadoras que refuercen la competitividad del destino.

Por otra parte, y atendiendo al evidente giro que la actividad está mostrando en estos años, que ha pasado de la mera estancia a formularse como una experiencia completa para el visitante, posicionaremos a Andalucía como el principal destino experiencial del mundo. Un lugar que merece ocupar por riqueza y diversidad de su oferta, diferenciación, autenticidad, seguridad y calidad.

Tenemos además, como he comentado, el objetivo de alcanzar los 30 millones de turistas en el año 2020. Queremos crecer en volumen y también queremos hacerlo en estancias y gasto medio, registrando incrementos que nos permitan generar mayores ingresos derivados de la industria turística y, por supuesto, queremos crecer en empleo. Esto es algo irrenunciable, y la mejor forma de garantizar la creación de más y mejores puestos de trabajo en el sector turístico pasa, en primer lugar, por dotar de estabilidad a esta industria; en segundo lugar, por reducir la estacionalidad, y, en tercer lugar, por mejorar las condiciones que favorecen la contratación y la cualificación de los profesionales que la componen, y por ello es tan importante que apostemos por transformar la estrategia promocional centrándonos en los mercados, en inicios más idóneos, y abriendo la marca Andalucía a la implicación y participación de otras entidades públicas y privadas, de modo que se multiplique la rentabilidad de la inversión.

De igual manera, se buscará maximizar el aprovechamiento de nuevos mercados y áreas de interés público y objetivo, y oportunidades de negocio, con una adaptación continua a las nuevas tendencias que posicionan a Andalucía como receptor prioritario ante cualquier demanda.

Como no podía ser de otro modo, el crecimiento de la llegada de turistas en temporada media-baja está muy presente en el plan, con el fin de potenciar la comercialización de Andalucía bajo el lema: *Un destino que tiene de todo, para todos y durante todo el año*.

Y, por último, se fortalecerá la complementariedad de destino y el desarrollo de sinergias entre segmentos, de modo que se extienda la actividad turística al conjunto de la comunidad y se multiplique la distribución de los beneficios económicos y sociales de esta industria.

En definitiva, señorías, tal y como aparece en la meta final del plan, se trata de promover a Andalucía como destino único, inteligente y competitivo, fomentando la internacionalización de las pymes turísticas mediante la apuesta por la innovación en márketing y la investigación, una meta a la que no podemos llegar solos, que requerirá un cambio de mentalidad en todos los actores que estamos implicados en una industria que no se

detiene, que nos exige ir siempre un paso por delante y esforzarnos por hacer un destino más completo, más atractivo, más competitivo, más sostenible y más beneficioso para el territorio y para la ciudadanía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Tiene la palabra, seguidamente, la señora portavoz del Grupo de Izquierda Unida, señora Pérez Rodríguez, y por un tiempo de siete minutos.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Sí. Muchas gracias.

Buenos días, señorías; buenos días, consejero.

Bueno, yo quiero también felicitar el trabajo que ha hecho la Empresa Pública de Turismo y Deporte, porque, desde luego, solo hay que ver el material: se ha trabajado bastante y se ha trabajado muy bien.

Yo, esta mañana, no tenía el documento para poder darle un repaso, lo he solicitado a través de un correo electrónico, y no han tardado ni cinco minutos en mandarme el plan de nuevo. Por tanto, también hay que felicitar la agilidad con la que se nos da respuesta, en este caso a mi persona, que lo ha solicitado, pero espero que así sea con todo el mundo.

Viene muy bien presentado, por eso digo que no cabe lugar a dudas discutir sobre el contenido de ese plan en cuanto a la exposición y en cuanto a la presentación y demás. Lo único que hace falta es que ese plan salga bien, que se pueda aplicar en las condiciones, porque la verdad es que la materia prima ya está puesta sobre la mesa.

Además del Plan Estratégico de Márquetin que se presentó el pasado 25 de noviembre, y que no pudimos asistir en este caso porque coincidía con el Día contra la Violencia de Género, y había actos en todas las provincias, pero yo que lo he podido mirar —digo detalladamente con el tiempo también del que disponemos—..., pero es verdad que va ligado este plan al plan de acción, que son dos instrumentos de trabajo, o guías de trabajo, que van a marcar las actuaciones de la consejería hasta el año 2020; una planificación estratégica, como un eje clave para ese óptimo desarrollo de la industria turística en Andalucía, que es fundamental, fundamental en la planificación, como esa evaluación de esa planificación y de los resultados óptimos, o no óptimos, conseguidos a través de este trabajo.

Entendemos que es necesario este documento, porque, en definitiva, la referencia —que coincido con usted— marca las líneas estratégicas a seguir, no solo a medio plazo sino también a largo plazo, y además muestra que el trabajo no se hace de forma individualizada sino que cuenta con el consenso de todos los sectores implicados, y además es revisable.

Yo entiendo que cualquier plan que se elabore tiene que ser revisable a raíz de los resultados turísticos que se van obteniendo.

Se observan mucho los términos de sostenibilidad, competitividad y excelencia, que son acciones fundamentales en el sector turístico para poder consolidar a Andalucía como un destino de referencia, no solo nacional sino también internacional.

Y este plan, pues no podía ser de otra manera que también contemplara la parte de la estacionalidad. Y yo aquí me quiero centrar un momento porque había previsto, a través también del mismo plan de márketing, que Andalucía favorecía a los hoteles que abrieran durante el invierno, porque conocemos datos —y son espeluznantes, la verdad—, el 45% del total de los establecimientos turísticos del litoral están cerrados, y la mitad de las plazas hoteleras y de otros establecimientos tampoco están abiertas. Entonces, es una realidad insoportable, que todos conocemos —insoportable, digo, en el tiempo— y que hay que corregirla.

Como conocemos que Andalucía tiene los mejores datos turísticos desde el año 2013 hasta el actual, pues se hace preciso poner en práctica dos de cada una de las acciones que se acometen en papel y que están muy bien. Y cuando hablo de esto hablo también de ir ligado todo al mantenimiento del empleo: esos hoteles que cierran, pues despiden al personal, y ese empleo ya no es que no sea ni estable, ni de calidad, sino que está totalmente destruido, es que no existe. Entonces, comparto con usted esa parte, también, que contempla el plan de márketing, dirigido directamente a crear empleo estable y de calidad, lo que no sé es cómo se va a conseguir. Desde luego, tanto el sector privado como la Administración autonómica tendrán que poner de su parte para que se pueda conseguir que los buenos datos turísticos también repercutan en las buenas condiciones laborales y en los cumplimientos de los convenios por parte de la empresa, y yo entiendo que ahí sí tiene que actuar la consejería, pues intentando ligar esos incentivos, pues a través de líneas de subvención o a través de cualquier tipo de incentivo fiscal que pueda acordar a través de los ayuntamientos, todos, que vayan ligados a esa creación de empleo, y sobre todo que ese empleo sea de calidad y se ajuste a los salarios que contemplan los convenios, porque si no, estaríamos hablando de la parte B, de la cara B del turismo, que son esos efectos negativos para la restauración y para la hostelería y para la actividad económica, en definitiva, de esos municipios, que ven cómo durante la época que no es de sol y playa, pues cierran los establecimientos, cierran los comercios..., y, por tanto, las zonas colindantes a todos los hoteles y toda la zona turística, pues también decaen durante esta época. Es un gran reto —no es culpa del consejero—..., es un gran reto que hay pendiente, esa lucha contra la estacionalidad, pero que sé que sí puede la consejería dirigir todas esas acciones encaminadas a que mejore, en definitiva, la apertura, durante todo el año, de estos establecimientos. Porque, además, es que si no, estaríamos perdiendo esa competitividad de la que yo he dicho antes que tanto aparece el término como Andalucía como destino, ¿no? Por tanto, vuelvo a insistir en esa complicidad importante con todos los agentes sociales, y además con la parte privada de, en este caso, la negociación.

Ese es el objetivo: que sean menos los hoteles que cierran, y a través de medidas que sean tendentes a minimizar esa estacionalidad.

Se ha planteado... Me gustaría preguntarle si ha planteado la consejería la idea de poder negociar con los ayuntamientos, o al menos sentarse, para poder implantar esos incentivos fiscales para aquellos hoteles y establecimientos hoteleros que quieran, o puedan, mantener los hoteles abiertos durante todo el año, y sus negocios abiertos durante todo el año, a cambio de que, también, la parte municipalista ponga su parte, porque yo sé que hay muchos ayuntamientos que sí están dispuestos a hacerlo con la idea de que se mantenga el empleo.

El plan de márketing está orientado —y usted lo ha dicho al principio— a la innovación y a la generación de negocio en las pymes, pero que ese negocio se vea revertido siempre en la creación de empleo, porque así sí podemos aumentar esa competitividad y desestacionalizar la actividad.

Usted ha dicho que crecer un volumen hasta 30 millones de turistas es uno de los objetivos, pero también —usted lo ha marcado, ¿no?— la importancia que tiene esa creación del empleo estable. Pero yo también haría hincapié en una tercera pata, por decirlo de alguna manera, ¿no?: importante que lleguen los turistas, importante que estén bien atendidos con ese empleo de calidad y estable, y tan importante es la fidelidad del turista. La imagen que se lleva el turista, que está ligado a ese servicio que presta nuestro servicio turístico —valga la redundancia— tiene que redundar en ese empleo de calidad, y calidad, consejero, es sinónimo de satisfacción y de rentabilidad de la actividad turística y debe ser, por tanto, un aspecto transversal en cada una de las acciones que se pongan en marcha, tanto por parte de la Administración como por parte del sector privado.

Por tanto, yo concluyo: me ha parecido un muy buen plan, solo espero que todas las partes implicadas, como usted ha dicho, que son cómplices..., pues espero que hagan también la parte que les corresponda junto con la consejería, y que entre todos seamos capaces de poner en marcha un plan que, desde luego, desde el punto de vista nuestro, desde el punto de vista de Izquierda Unida, nos parece muy contundente. Pero solo..., desear suerte, pero la suerte tenemos que ponerla nosotros, esto no es encomendarse, como algunos ministros hacen, al cielo.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez Rodríguez.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, en primer lugar, darle las gracias por ese reconocimiento no a este consejero, sino darle las gracias en nombre de todos los que han trabajado, tanto de la consejería como de la empresa para la gestión del turismo y deporte en Andalucía, que han trabajado en este plan. Yo lo personalicé en dos personas, pero creo que hay que trasladarles a ellos ese esfuerzo que hace que al final Andalucía sea la verdadera beneficiada de este plan.

Porque, como he dicho, es un plan que se ha consensuado, es un plan que se ha trabajado con todos, donde se les ha dado lugar a todos, donde creo que una de las grandes fortalezas que tiene el plan es que es un plan evaluable, que hemos buscado 50 medidas evaluables, y que le hemos dado la flexibilidad al plan para que en cada uno de los planes de acción anuales podamos corregir cualquier tipo de desviación de lo que tenían que ser los objetivos principales del plan, pero que también podamos adaptar este plan a la sociedad cambiante y a la situación en la que estamos.

Hasta ahora, a cualquier tipo de acción siempre se le acompañaba, y en eso coincido con la representante en el Consejo Andaluz del Turismo de UGT, de un mantra de generación de empleo. Creo que ese mantra ya es insuficiente, creo que los apellidos de calidad y estabilidad tienen que ser indisolubles a esa generación de empleo. La situación que se ha dado en los últimos años a raíz de la reforma laboral permite crear empleo, pero que es un empleo que no es de calidad ni es estable.

Por tanto, consideramos que lo que tenemos es que luchar entre todos para que esa calidad y esa estabilidad sean unas de las cosas que nos marquen y, sobre todo, que definan al empleo en el turismo andaluz.

Y no solo son opiniones que puedan ser desde los sindicatos o que puedan ser desde la Administración. Estos días hemos asistido a las declaraciones de Antonio Catalán, el propietario de AC Hoteles, donde ha defendido precisamente que la calidad y la estabilidad en el empleo es uno de los mejores instrumentos para conseguir la calidad y, bueno, conseguir al final aumentar la facturación de las empresas, porque el turismo es algo que basa su éxito en la relación entre personas, entre el turista y el trabajador, entre el receptivo y el que viene a visitarnos. Y en ese sentido creo que es el camino que tenemos que hacer para seguir aumentando esa calidad y esa estabilidad en el empleo.

Y para ello también es imprescindible mantener la lucha contra la estacionalidad, que nosotros consideramos..., si ven ustedes con los datos que vamos a llegar prácticamente a veintiocho millones de turistas este año. Tener un horizonte para 2020 de 30 millones es alcanzable, pero nosotros no tenemos tanto interés por conseguir tener cada día más turistas sino como por consolidar estas cifras, por hacer que no sean cifras coyunturales sino que sean cifras en base a la fidelización que sigan creciendo con un ritmo continuado pero sostenible, y por supuesto con la idea de repartir los flujos turísticos tanto en el tiempo como en el territorio. Creo que tenemos en Andalucía la posibilidad de repartir..., tenemos una oferta muy variada y muy amplia en el territorio y podemos repartirlo, y es una de las cosas que también nos ha movido en este Plan de Marketing.

La vinculación al..., permítanme la expresión, al buen comportamiento de las empresas, al buen comportamiento laboral de las empresas, al respeto de los derechos laborales o al respeto al mantenimiento de ese empleo durante todo el año también está vinculado en las líneas de incentivos que hacemos desde esta consejería, porque hay que premiar a quien lo hace bien, hay que incentivar y hay que evitar que los que no lo hacen bien tengan los mismos beneficios que quien cumple socialmente, laboralmente, con los ciudadanos y con Andalucía.

Por tanto, ya los incentivos que se han sacado de estas empresas y los que se vayan a sacar en el futuro..., se valorará positivamente quien mantenga abierto, quien no haya disminuido su plantilla en los últimos años, en los últimos años en los que estamos planteando beneficios, y beneficios económicos muy importantes para las empresas, y también se va a vincular a la apertura durante todo el año.

Hay una resolución en el último debate de la comunidad en la que invitamos y en la que pedimos que también haya una implicación estatal, porque también hay que reconocer que la estacionalidad en otros destinos también nos influye a nosotros. Prácticamente un 15% del incremento del paro en el sector viene de otros destinos. Cuando cierra Baleares, cuando cierra el levante, también influye en el incremento de los desempleados en Andalucía. Por tanto, tiene que ser una política estatal. Y mientras que encontramos por parte de la FAMP..., en la creación de esa red de municipios contra la estacionalidad que ya está formándose hemos encontrado diálogo y disponibilidad de los municipios para poder establecer ventajas fiscales en las

tasas municipales, he de decir que estas ventajas fiscales son del todo insuficientes para mantener abiertos los hoteles. Probablemente son necesarias pero son insuficientes.

Y lo que consideramos es que hay que tener también una rebaja en los costes laborales, una rebaja en los costes de la Seguridad Social por parte de la empresa, que eso verdaderamente sí sería significativo y sería al final una constitución solidaria entre todos los trabajadores y los empleadores..., sería solidario para que sin disminuir los derechos ni disminuir las retribuciones podamos mantener abiertos los hoteles.

Creo que en ese sentido se le va a hacer la petición, este consejero lo ha hablado con los responsables de otras comunidades autónomas y también ven posible y ven favorable para el turismo en España, no hablo en Andalucía, en España, para evitar esa estacionalidad y así lo vamos a elevar al Estado, y también en cumplimiento de la resolución.

Quiero decirle, en definitiva, que todo este Plan de Marketing está orientado de una forma profesional y consensuada a generar mayor movimiento económico y mayor riqueza para Andalucía, pero todo también está vinculado para que sean los trabajadores, sean los ciudadanos, los que vean un beneficio en el turismo y no caigamos como en otras comunidades autónomas, donde los ciudadanos ven un perjuicio en el turismo, donde ven que el turismo es algo a lo que enfrentarse y no a lo que acompañar, y que consideramos que Andalucía tiene ahora mismo la oportunidad de ordenarlo y de hacer que el turismo sea un recurso que no solo aporte el 13% del producto interior bruto o prácticamente el 13% del empleo de los ocupados en Andalucía sino que estos sean de calidad y sobre todo estables durante todo el año.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien. Gracias, señor consejero.

Bueno, hemos acabado con la parte de comparencias.

10-16/POC-001651. Pregunta oral relativa a convalidación de títulos para obtención del carné oficial de guía turístico

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Y pasamos a debatir ahora las iniciativas de las preguntas al consejero.

Vamos a proponer a los miembros de la comisión un cambio en el orden del día a petición del Grupo Popular, lo hemos hablado en la Mesa y estamos de acuerdo. Pasaríamos..., la pregunta cinco, del Partido Popular la pasaríamos a la primera pregunta, porque el señor Romero, que es el que va a hacer la pregunta, tiene que marcharse a otra comisión, a una intervención en otra comisión.

Por lo tanto, señor Romero, puede hacer usted su pregunta. Sabe que tiene dos minutos y medio para hacerla. Puede usted dividirlo si quiere, pero dos minutos y medio.

El señor ROMERO MORENO

—Muchas gracias, señor presidente. Muchas gracias a los miembros de la mesa y de la comisión por la deferencia de alterar el orden del día.

Señor consejero, ¿tiene la Consejería de Turismo y Deporte previsto hacer efectiva la equivalencia entre el título técnico superior en información y comercialización turística y el título técnico superior en guía, información y asistencia turística a los efectos de la obtención del carné oficial de guía turístico?

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Romero.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, actualmente se está a la espera de que el Estado trasponga a nuestro ordenamiento la directiva 2013/55, de la Unión Europea, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de noviembre de 2013, por la que se modifica la directiva 2005/36/CEE, relativa al reconocimiento de cualificaciones profesionales, y el Reglamento de la Unión Europea 1024/2012, relativo a la cooperación administrativa del sistema de información del mercado interior.

En esta directiva, se preveía que los Estados miembros adoptarían las disposiciones legales reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo dispuesto en ellas, y más tardar el 18 de enero del 2016. Como se puede observar, llevamos prácticamente un año de retraso, y así lo manifiesta el Consejo Económico y Social de España en su dictamen el pasado 19 de octubre.

En cuanto al Gobierno central realice los trámites oportunos para la transposición, esta consejería podrá adecuar el Decreto 8/2015, de 20 de enero, regulador de guías de turismo de Andalucía. Solo entonces podremos incorporar los preceptos de la nueva directiva, así como revisar y ampliar en profundidad los anexos referidos a la acreditación de competencias lingüísticas y a las convalidaciones a efectos de habilitación.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, consejero.

Señor Romero.

El señor ROMERO MORENO

—Gracias.

Bueno, evidentemente, el guía turístico profesional pone en valor y destaca lo más importante de nuestro destino. Es para nosotros importantísimo que se regule correctamente la figura del guía turístico, porque, efectivamente, garantiza la satisfacción del visitante y contribuye, de forma radical, a la fidelización de los visitantes que tenemos.

Así que nos parece perfecto que la Junta de Andalucía haya regulado esta profesión a través de un Decreto 2015, que lo que viene es a simplificar los procedimientos de acceso, manteniendo la exigencia siempre de cualificación profesional. Y dice esa norma que podrán ejercer esta profesión todas aquellas personas que tengan título superiores, vinculados a la materia, conocimientos acreditados de idiomas, cualificaciones profesionales específicas, etcétera.

En concreto, dice el decreto que se podrá solicitar la habilitación para ejercer como guías turísticos las personas que estén en posesión de, entre otros, el título de técnico superiores en guía, información y asistencia turística. No es necesario trasponer ninguna normativa, el Real Decreto 1255/2009, por el que se establece el título de técnico superior en guía e información y asistencia turística, que es del Estado, dispone en su disposición adicional tercera la equivalencia, a efectos académicos y profesionales, entre este título y el de técnico superior en información y comercialización turística, que venía derivado del anterior sistema educativo.

No cabe distinción alguna entre ambos títulos. Y, sin embargo, desde la Consejería de Turismo, se está denegando la acreditación a titulados en información y comercialización turística sin ningún fundamento, particularmente conocemos casos que se están produciendo en la delegación de Málaga.

¿Por qué motivo, le vuelvo a preguntar, señor consejero, la Consejería de Turismo incumple conscientemente la legalidad, en concreto infringiendo el Real Decreto 1255/2009? ¿Por qué se discrimina a unos profesionales sobre otros, cuando existe una norma legal que establece que sus titulaciones son equivalentes?

Le vuelvo a preguntar, ¿cuándo van a empezar a cumplir con ese decreto facilitando el carnet de guía turístico a aquellas personas que tienen derecho a ello? Como decía, es muy importante que garanticemos la cualificación de los guías turísticos, pero es muy importante también que no se discrimine entre profesionales

que han sido acreditados por las autoridades pertinentes universitarias, como es el caso de los titulados que les estoy diciendo, que no se les permite ese carnet de guía turístico.

Le reitero, ¿cuándo van a poder, cuándo van a poder realizar esa equiparación?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Romero.

Señor consejero, tiene usted la palabra por un minuto y medio, que es lo que le queda.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señoría, estoy totalmente convencido de que la actuación de la Administración autonómica en todo momento se va a adaptar a la ley, se va a adaptar a la regulación, a la legalidad existente, e indudablemente si alguien tiene derecho a cualquier tipo de habilitación, o de carnet como guía turístico, se le concederá. Si no tiene derecho, en base a la legislación, no se le podrá conceder. Igual que estamos obligados a la asimilación, a la habilitación de otras titulaciones o de otras habilitaciones tanto territoriales como sectoriales, le puedo decir que, desde la consejería, se hará todo lo posible por garantizar que la calidad de los guías turísticos esté establecida mediante una regulación autonómica que estará en base a la regulación estatal, que debe transponer la directiva europea.

Y en ello, una de las actuaciones que se harán y que nosotros solicitamos, es la creación de una tarjeta profesional europea que habilite no solo para los guías turísticos que puedan desarrollar su trabajo aquí, sino que en base a la aplicación de la Ley Ómnibus, y de la regulación y habilitación de los títulos en toda la Unión Europea, puedan realizar su trabajo también de acompañamiento y realizar su trabajo en otras comunidades o en otros países, con total garantía de calidad, como la que ofrecen hoy aquí en Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/POC-001644. Pregunta oral relativa a declaración de fiesta de interés turístico de Andalucía de las fiestas en honor a María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta también del Grupo Popular, relativa a la declaración de fiestas de interés turístico de Andalucía, de las fiestas en honor a María Santísima de la Cabeza Coronada, de Rute.

Señora Alarcón.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Señor consejero, le formulo esta pregunta desde la responsabilidad y lealtad con la que me debo a Rute, bellissimo pueblo de la Subbética cordobesa. Y se la hago desde el cariño y respeto que ya sé que usted siente por Rute, ya que le considero casi un ruteño más.

Precisamente este año hemos vuelto a coincidir en la presentación de la campaña de Navidad, que los vecinos, empresarios e instituciones locales y provinciales ponen en marcha año tras otro, con enorme esfuerzo, para promocionar su excelente productos, sus magníficos y numerosos museos, su buen hacer y también la hospitalidad que bien conocemos.

Todos estos ingredientes que tiene usted el honor de conocer de primera mano, cómo los conozco yo, convierte a Rute en un municipio especial, único, que poco a poco, con paso firme y una estrategia conjunta está convirtiendo a Rute en un destino turístico y cultural, con nombre propio y con marca propia, la marca de Rute.

Usted mismo ha podido comprobar la gran enjundia que esto tiene. Estamos hablando de la importancia y riqueza que tiene Rute, y precisamente no solo en lo que respecta a las cosas materiales sino también en lo que no es material.

Usted ha podido comprobar en Rute la unión, la colaboración, el interés por el bien general de todos y, por supuesto, la ilusión, pasión e interés que pone cada ruteño por y para sus cosas, sus tradiciones, sus creencias. En este orden de cosas, una de las más importantes que están viviendo en estos momentos con una enorme..., y se lo digo de verdad, una enorme expectación, los ruteños, es la declaración de fiesta de interés turístico de Andalucía, de las fiestas en honor a María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute.

Le aseguro que esta declaración preocupa y ocupa un importante lugar en el corazón de miles de ruteños. Tiene usted, literalmente hablando, señor consejero, el corazón de todos los cofrades y devotos de María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute, en un puño, en su manos, deseosos de conocer si se van a declarar la fiesta de interés turístico de Andalucía estas fiestas, de su María Santísima de la Cabeza Coronada de Rute.

Es más, le confío y le confirmo hasta una cosa, se lo han pedido a la virgen. Le han pedido a la virgen dicha declaración. Tiene usted una enorme responsabilidad, cierto es que la tiene, para que esta petición salga adelante. Confío en que no va a fallarle a una gran parte de los ruteños, a los que usted ya conoce muy bien. Y conocen la pasión que mueve a la gente buena de Rute. No estamos pidiéndole nada material.

Por eso, ¿puede usted decirme cómo se encuentra el expediente? ¿Nos va a dar hoy una buena noticia? ¿Y cómo tiene previsto, si la buena noticia va para adelante, engalanar aún más las fiestas, de esta enorme magnitud e importancia, de «la Morenita de Rute», como se le conoce?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

Sabe usted que ha cubierto su tiempo. Muchas gracias.

Señor consejero, tiene usted dos minutos y medio para contestarle a la señora Alarcón.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señoría, señora Alarcón, no me haga usted responsable de los designios divinos. No creo que sea yo el instrumento que tenga que ejecutar los mismos.

Tengo que decirle que la romería de Rute, quizás la más importante y prácticamente la única romería urbana que tenemos en Andalucía, tiene toda el condicionamiento administrativo, y sobre todo tiene todo el condicionamiento popular y por derecho para ser considerada una fiesta de interés turístico de Andalucía.

Porque tiene la entidad y porque tiene también la especificidad que así se contempla. Hubo una solicitud que fue a mediados de mayo, el 13 de mayo, que tuvo una serie de discrepancias administrativas y que, por tanto, decayó, pero una solicitud que ha tenido desde los mismos, prácticamente desde julio, ha tenido una labor importante de coordinación entre la consejería y el Ayuntamiento de Rute, que es quien lo promueve, para que en base al nuevo decreto que se aprobó en el Consejo de Gobierno del 5 de julio, por el que se regulaban las declaraciones de interés turístico de Andalucía, se vuelva a tramitar ese expediente, se vuelva a tramitar con los nuevos condicionantes, con los nuevos condicionamientos administrativos y que, como este decreto supone una modificación sustancial de los mismos, necesitaba una nueva tramitación y una nueva aportación de documentos.

Desde el Ayuntamiento de Rute se nos ha trasladado tanto la necesidad como la máxima colaboración para esta declaración de interés turístico, y están ya en conversaciones para que la documentación se presente lo antes posible y se presente también con los efectos para que sea declarada de interés turístico.

Personalmente, creo que tiene todos los condicionantes, tiene todas las condiciones administrativas pero, sobre todo, creo que la romería de la Virgen de la Cabeza Coronada de Rute tiene todo el carácter y todos los derechos para ser considerada una fiesta de interés turístico para Andalucía, y creo que así será en próximos meses.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

10-16/POC-001648. Pregunta oral relativa a la ciudad de Almería y eje turístico andaluz

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a la siguiente pregunta, también del Grupo Popular, relativa a la ciudad de Almería y eje turístico andaluz.

Señor García Hueso, tiene la...

El señor GARCÍA HUESO

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, debido a la última publicación del eje turístico andaluz, ¿tiene el Gobierno prevista alguna compensación para el desarrollo o promoción de la ciudad de Almería, al quedar fuera de dicho eje?

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor García Hueso.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Supongo que, cuando habla del eje turístico andaluz... No hay ningún eje turístico andaluz, supongo que se referirá al acuerdo que, dentro de su autonomía municipal, han desarrollado las ciudades de Sevilla, Granada, Córdoba y Málaga, algo que nosotros apoyamos, como cualquier otra iniciativa intermunicipal de crear productos turísticos de Andalucía, y creo que no es algo que nosotros tengamos que compensar. Lo que sí apoyaremos es cualquier iniciativa municipal y, sobre todo, tenemos una ley, un decreto de grandes ciudades, de planes turísticos de grandes ciudades, que está a disposición de todas las ciudades de más de 100.000 habitantes y que, por cierto, la ciudad de Almería no pidió en la anterior convocatoria y que espero que pida en esta.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Tiene la palabra.

El señor GARCÍA HUESO

—Mire, señor consejero, usted dice que ha apoyado una propuesta que parte de algunas ciudades de Andalucía. Me parece perfecto. Nosotros le deseamos que le vaya muy bien en esa propuesta a las ciudades

de Andalucía, nos parece perfecto. Lo que pasa es que ustedes, como Gobierno andaluz, tienen que tener en cuenta que tienen que tener una labor de armonización de todas las capitales de provincia de Andalucía. Tienen que actuar de forma que se beneficie de forma conjunta toda la población andaluza, tienen que poner en marcha actuaciones y planes integrales que beneficien a todas las ciudades de Andalucía. Lo que no puede ser es que se beneficie a cuatro ciudades de Andalucía y no se beneficie a las otras cuatro ciudades de Andalucía. Por lo tanto, saldrían perjudicadas por esa falta de labor y de responsabilidad en la armonización y en la unidad de las actuaciones en cuanto a turismo en la provincia de..., en este caso, en la provincia de Almería, que es la que se ha quedado fuera, al igual que las otras tres capitales.

Y, mire usted, nosotros, desde Almería, nos alegramos del bien de las otras cuatro ciudades, pero nosotros preferiríamos que nuestra Alcazaba, por ejemplo, se promocionara desde la Junta de Andalucía con la misma intensidad que se promociona la Mezquita de Córdoba, la Alhambra de Granada o la Giralda de Sevilla, en lugar de dedicarse a agujerearla, señor consejero.

Le recuerdo que usted ha apoyado esta acción, que pretende una ruta por cuatro ciudades que se va a vender a turoperadores como un producto cerrado, cerrado. Por lo tanto, no se va a beneficiar en modo alguno a las provincias que no están incluidas en esa ruta. Aquí lo que queda claro es una falta de solidaridad por parte de la Junta de Andalucía, entre otras, con la provincia de Almería. El principal problema de esta acción es que ustedes están fragmentando la marca Andalucía, en claro detrimento de ciudades que no están incluidas en este eje, lo que va a suponer la creación de una Andalucía de primera y una Andalucía de segunda en materia de turismo.

Pero es que voy más allá: el plan estratégico de márketing turístico horizonte 2020, que presentó usted, señor consejero, una de las debilidades que afrontaba nuestro destino turístico es la descoordinación entre los actores de la industria turística, descoordinación.

No solamente eso, sino que en la meta final de dicha planificación, lo que se decía, cito palabras textuales, la meta del plan estratégico de márketing turístico horizonte 2020 es promover un destino único y, frente a esto, ¿qué hacen ustedes? Pues, presentan este eje turístico de Andalucía bajo el nombre de Andalucía Soul, es decir, el alma de Andalucía, donde se van a promocionar cuatro capitales: Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla. ¿Qué pasa, señor consejero, es que Almería no forma parte del alma de Andalucía? Ustedes están apoyando económicamente este plan. Me parece perfecto, pero también lo que nos parecería perfecto es que se tuviera en cuenta el conjunto, en su generalidad, de toda Andalucía.

Por eso le digo, esto no podemos dejar que vaya creciendo este sentimiento de una Andalucía de primera y de segunda...

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señor García Hueso, tiene que usted que terminar.

El señor GARCÍA HUESO

—Lo que sí pedimos es que sea sensible a las necesidades de Almería...

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Por favor, señorías.

El señor GARCÍA HUESO

—... en materia de turismo y que ponga en marcha algún tipo de compensación.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor García Hueso.

Señor consejero, tiene usted dos minutos para responder.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Señor García Hueso, creo que no me he explicado bien, porque no quiero pensar que usted no se ha querido enterar.

Quiero decirle: hay cuatro ciudades que han concebido un producto, que cuatro ciudades que creo que el alcalde de Almería o cualquier otro alcalde, si quiere participar, tiene, creo, la línea directa para llamar. Si no se siente cómodo con alguna de las ciudades, pues, la que sea de su mismo color político. No tengo ningún tipo de problema por incrementar eso, porque no es mi producto. Porque la Junta de Andalucía tiene un instrumento que trata por igual a todas las ciudades mayores de 100.000 habitantes, que es el decreto de planes turísticos de grandes ciudades. Es el instrumento que tiene la Junta de Andalucía, y es el instrumento que pongo a disposición, en condiciones de igualdad, para todas las capitales de Andalucía mayores de 100.000 habitantes, y Almería es una de ellas. E igual que no escucho a ninguna parte de Andalucía decir que por qué no se le compensa porque hacemos un plan específico de promoción del Levante almeriense, el año pasado, o igual que no escucho a nadie plantear que nosotros realizamos cualquier tipo de acción específica, como puede ser el apoyo que le damos a otra colaboración entre ciudades, como puede ser Camino de Pasión, o como puede ser la red de ciudades medias de Andalucía, donde han sabido crear un producto y lo que hacen es venderlo, igual que no hay ningún tipo, creo que no hay, por lo menos, no debería haber una queja por parte de ninguna capital.

Si cualquier capital se quiere integrar en ese eje, que llame a los que han organizado ese eje, y nosotros lo apoyaremos en el mismo sentido, porque consideramos que la creación de productos facilita la venta del destino Andalucía. Y no parte a Andalucía, sino que enriquece a Andalucía. Y cualquier ciudad, el instrumento que tiene para desarrollar su política, cualquier ciudad mayor de 100.000 habitantes, el instrumento que tiene para desarrollar su política turística, no solo con la financiación de la mitad por parte de la Junta, sino que le posibilitaremos haciendo posible el doble, es

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

el decreto de grandes ciudades. Y ya le digo, la ciudad de Almería, en la anterior convocatoria, no se presentó. Espero que esta no la deje pasar.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien, señor consejero.

10-16/POC-001650. Pregunta oral relativa a Sevilla y la Red de Juderías

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Continuamos con la siguiente pregunta, también del Partido Popular, relativa a Sevilla y la Red de Juderías.

Tiene la palabra el señor Raynaud.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señor presidente.

Señor consejero, recientemente la ciudad de Sevilla ha abandonado, que no abonado, como por un error de transcripción figura en la pregunta escrita, ha abandonado la Red de Juderías de España, a la cual pertenecía desde el año 2011.

¿Cómo valora el Gobierno andaluz esa decisión, en relación al fomento del turismo judío en Andalucía?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Señor Raynaud...

Gracias, presidente.

Señor Raynaud, me va a permitir que no haga valoraciones sobre decisiones que, en el ámbito de sus competencias y de las competencias del pleno del Ayuntamiento de Sevilla tome sobre la pertenencia o no de diferentes redes o la estrategia de su promoción turística local.

Creo que hay que respetar esa decisión, dentro de su, como digo, de su estrategia y, sobre todo, de su línea política en cuestión al gasto turístico.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien.

Gracias, señor consejero.

Señor Raynaud.

El señor RAYNAUD SOTO

—Gracias, señor presidente.

Yo, si me permite, sí voy a hacer una valoración política del tema, aunque usted, en su legítimo derecho, no la haga.

Mire, Sevilla, desde el año 2011 integraba, como usted bien sabe, esa Red de Juderías Camino de Sefarad, en la que están ni más ni menos que ciudades como Barcelona, Toledo, Palma de Mallorca, León, Segovia, Ávila, Cáceres, Córdoba y otros muchos municipios españoles que disponen de judería, y que, por lo tanto, sin ningún género de duda, es un vestigio histórico, cultural, de una enorme importancia, y promocional del turismo. Mire, yo he visto con verdadera satisfacción la noticia de su reciente viaje a Israel con una delegación de la consejería fomentando el turismo judío, el turismo israelita en nuestra comunidad. Porque me parece una decisión muy acertada, verdaderamente muy acertada, porque es un turismo de un nivel adquisitivo alto y potente; porque es verdad que era un sector geográfico que no estaba suficientemente explotado, en el buen sentido de la palabra, ni vendido por parte de nuestra comunidad, y porque recientemente además hay una potenciación de la comunidad judía de Sevilla, que está organizándose de una manera muy potente, conjuntamente con Córdoba, dos de los puntales importantes desde este punto de vista histórico y cultural en nuestra tierra, y que aporta, sin ningún género de duda, una base muy potente de ciudadanos de origen judío en Andalucía. Que la Costa del Sol, Gibraltar, Córdoba, Sevilla y Jaén, pues son receptores, evidentemente, de una manera importante de este tipo de personas.

Yo, por lo tanto, lo veo con verdadera preocupación el que el esfuerzo de la comunidad, el esfuerzo de la Junta, se pueda perder por una actitud que lo que tiene yo creo que es más un revanchismo político, porque se había hecho por un gobierno anterior, de un distinto color político, que no de verdad por razones objetivas. Porque llegar y decir que es que la Ruta Sefardí tenía un marcado carácter cultural y no turístico me parece francamente pobre, porque eso tiene una fácil solución, que se dedique el área de Cultura del propio Ayuntamiento de Sevilla, y no la de Turismo, pero lo último ha sido la salida de esta Ruta Sefardí, que, le reitero, en aras de aunar esfuerzos con la Junta de Andalucía, del mismo color político que el Ayuntamiento de Sevilla, es dilapidar esfuerzos.

Muchas gracias, señor presidente. Y muchas gracias, señor consejero.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Señor consejero, tiene dos minutos para contestarle al señor Raynaud.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, le agradezco que reconozca el esfuerzo que estamos haciendo dentro de nuestros productos, que presentamos en Fitur, y que tiene apenas un año..., no llega al año de vida, que es *Andalucía, tus raíces*,

donde queremos poner en valor ese pasado común, esa posibilidad de atraer no personas que vengan a hacer turismo sino que vengan a reencontrarse con parte de su propia historia, y que nosotros hemos ido y hemos estado en una misión comercial en Israel, que llevaba incluso una relación directa con el Ministerio de Turismo, no solo para favorecer el turismo de los ciudadanos que provinieran de Israel, sino también favorecer esa cobertura para otras comunidades judías que no son sefardíes, como son las de Latinoamérica, que tienen una mayoría asquenazí, pudiéramos tener también esa conexión de su historia.

Quiero decirles que la Red de Juderías, que nos ha acompañado además, uno de los receptivos que han venido ha sido de la Red de Juderías, nos ha acompañado a este viaje precisamente para crear eso que hablamos de la comercialización, no solo presentar productos sino darle quién puede desarrollar ese producto aquí, es uno de los instrumentos que tenemos. Indudablemente la no pertenencia a la Red de Juderías no vamos a hacer que se obvie la importancia del pasado que pudiéramos tener o la importancia del recurso patrimonial que pueda apoyar al turismo judío por parte de Sevilla, porque está integrado dentro de esa oferta genérica de esa Andalucía judía que ha dejado no solo una planta..., o un patrimonio, sino también en nuestras calles, en nuestra cultura, en los nombres, en nuestra..., en definitiva en nuestro patrimonio cultural de la forma más amplia hecha. Nosotros consideramos que pertenecer a esa Red de Juderías, a esa asociación de ciudades, es una decisión municipal, con lo cual la respetamos, pero no va a interferir en ningún momento en la política de esta consejería la participación o no de Sevilla en esa Red de Juderías. Creo que es una decisión, como digo, dentro de la autonomía municipal. Y en ese sentido la respetamos, pero consideramos que Sevilla es uno de los grandes baluartes, al igual que Jaén, Málaga, Granada o la ciudad de Lucena, de los grandes baluartes para poder vender Andalucía en ese mercado.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/POC-001556. Pregunta oral relativa al plan especial de desarrollo de la Costa Tropical

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a seguir con las preguntas. Pido disculpas al portavoz del Grupo de Ciudadanos, señor Funes, que le tenía que haber dado la palabra después de la primera pregunta..., de los cambios que hicimos en la primera pregunta del Partido Popular. Señor Funes, usted disculpe, y tiene ahora la palabra para hacer su pregunta, relativa al plan especial de desarrollo de la Costa Tropical.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente. No se preocupe por el descuido, no tiene mayor importancia.

La Costa Tropical es la menos desarrollada de Andalucía, y por ello merece una atención preferente. En esta comisión hace algún tiempo se aprobó a iniciativa de mi grupo una iniciativa, valga la redundancia, sobre la creación de una mesa técnica para desarrollar un plan especial. Una mesa que usted ya diligentemente ha anunciado, con lo cual me alegro de que estas iniciativas se pongan en práctica y se lleven, por tanto, a la mesa de trabajo.

A nadie escapa que la costa granadina no tiene esta situación por un designio divino, sino pues por falta, diríamos, de infraestructuras significativas que la pongan en el escaparate y le añadan atractivo al atractivo natural que ya tiene de por sí. Revitalizarla merece por tanto un plan, que se diseñe con una estrategia sólida, con solvencia, por técnicos, donde se tomen en consideración reivindicaciones de los empresarios, de las administraciones diversas, etcétera, sostenible medioambientalmente, sin que ello convierta la costa granadina en un corsé que nadie puede tocar. En fin, hemos tenido un montón de iniciativas que no..., por citarlas: puertos deportivos, residenciales, etcétera, que se han frenado, entiendo que por..., que tendrán su justificación, pero que no voy a entrar ahora en ellas, no es el momento. Pero sí han frenado el desarrollo de la misma, ¿no? Y por aludir a alguna cosa muy concreta: Granada tiene un solo campo de golf en la zona, dos puertos deportivos, 360 amarres. Son datos concretos. Yo me alegro enormemente de que Málaga, etcétera, o sea, no voy a llorar por qué tengan los demás, sino que quiero que esta costa se revitalice.

Usted anunció en el mes de octubre la puesta en marcha de un plan especial. Y decía que en el diseño queremos contar con las peticiones que planteen empresarios, ayuntamientos, patronato municipal, mancomunidad, etcétera. Nos parece genial. Pero estos días atrás hemos sabido que queda fuera la Costa Tropical de las estrategias de turismo sostenible. No sé, me imagino que eso es una inyección económica de la cual no se va a poder beneficiar. Por eso le quiero preguntar que al margen de recoger las demandas que planteen los empresarios, los ayuntamientos, ¿qué estrategia o, diríamos, qué base ha puesto la consejería para comenzar ese diálogo conjunto, de manera que la Costa Tropical granadina alcance el nivel del resto de costas andaluzas?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señor Funes, si empiezo por lo último, no sé de dónde viene lo de que queda fuera de la Estrategia de Turismo Sostenible, porque la convocatoria de Turismo Sostenible todavía no se ha abierto, con lo cual... Y pensamos que antes del otoño no creo... No, no, no, pero no se lo digo a usted, no se lo digo a usted, se lo digo..., creo que fue una vicepresidencia de la mancomunidad la que lo dijo. Y creo... Creo que no se enteró bien de lo que iba el tema, o por lo menos no quiso enterarse.

Nosotros consideramos que la Costa Tropical tiene ahora mismo las condiciones para ser un destino de éxito. Tiene las condiciones por la accesibilidad que se le ha abierto a través de la A-7, por la posibilidad que se le ha abierto para seguir articulando también turísticamente toda posible conexión con la Costa del Sol oriental. Y en base a eso hemos hecho, y fue mi anuncio, pero creo que va ya en el buen camino, porque ya se están reuniendo con los diferentes actores del turismo allí para hacer, para diseñar un programa específico de promoción de la Costa Tropical. Porque consideramos que es un punto que podemos desarrollar, que podemos desarrollar con garantía de éxito, y que lo que tenemos es que dar a conocer. Después, siguiendo el modelo del programa que hicimos de promoción específica para el Levante Almeriense, siguiendo ese modelo, que no solo llevaba una promoción publicitaria, o una promoción de márketing, sino que también llevaba acciones de formación, acciones de desarrollo, también de colaboración con el patronato y con la mancomunidad, puesta en valor, como fue la firma que hicimos con la Mancomunidad de municipios de la Costa Tropical, la Asociación Costa Tropical de Chiringuitos, la de hoteleros, o la promoción que la asociación para la promoción de los frutos tropicales, con nuestra ruta dentro de paisajes con sabor del fruto tropical y del ron en la Costa Tropical.

Aparte de eso, también tenemos la intención de desarrollar una promoción específica no que compense la importancia, porque consideramos que toda la costa es importante, sino que posibilite el reparto, como he dicho antes, de flujos turísticos donde con una oferta de calidad, como tiene toda la costa andaluza, podamos hacer, permitir que los flujos turísticos eviten la masificación de ninguna de nuestras zonas, y que sí reparta los turistas por toda la costa. Al final, nosotros la Costa Tropical ha sido uno de los objetivos que se han planteado para este nuevo año. Uno de los objetivos, que, como a lo largo del 2016, fue la costa del levante almeriense, que ha tenido su repercusión con un incremento del 56% en el último mes de pernoctaciones hoteleras. Aparte de eso, tenemos que tener también el compromiso que necesitamos de los empresarios de la Costa Tropical, para que eso repercuta también en una apertura en invierno, y eso posibilite un empleo más estable y de más calidad en la Costa Tropical.

Muchas gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/POC-001666. Pregunta oral relativa a Huelva, Ciudad Gastronómica Española 2017

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Continuamos ahora, según el orden del día, y le corresponde una pregunta al Grupo de Izquierda Unida.

La señora Pérez Rodríguez tiene la palabra para hacerle la pregunta al consejero relativa a Huelva, Ciudad Gastronómica Española 2017.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Sí. Muchas gracias, presidente.

Señor consejero, el día 18 tuvimos una gran noticia, y es que una de nuestras ciudades ha sido agraciada con este título de Ciudad Gastronómica Española para el año 2017.

Todos conocemos que la gastronomía de la ciudad y de la provincia de Huelva ha sido siempre una de sus señas de identidad, reconocida no solo en Andalucía, en España, sino mundialmente por la calidad y por la exclusividad de muchos de sus productos autóctonos y por un recetario tradicional muy rico en matices, yo diría que desde el mar a la sierra, o desde la sierra al mar. Quién no conoce o no ha probado algunos de estos estupendos productos, que no voy a mencionar, porque por la hora que es, posiblemente empecemos a salivar por lo apetecible que puede ser, ¿no?

Y, como bien le he dicho, ha sido distinguida por la Federación Española de Hostelería y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo, como destino turístico más comprometido con la promoción del turismo gastronómico y la cocina tradicional de productos. Este hecho debe suponer, entendemos desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, una oportunidad importante para promocionar las excelencias gastronómicas de toda la provincia, además de impulsar su desarrollo económico.

Por tanto, señor consejero, y a la espera de aprobar los presupuestos y las enmiendas que están en curso, preguntarle si la Consejería de Turismo y Deporte tiene previsto algún tipo de apoyo al nombramiento de la Ciudad Gastronómica Española de la provincia de Huelva.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez Rodríguez.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Bueno, creo que lo he hecho explícito en algunas declaraciones, y durante el 2017 va a haber acciones específicas para la promoción de la ciudad de Huelva como capital gastronómica.

Nosotros consideramos que dentro de esa diversificación de la oferta que puede hacer posible que los turistas destinen, elijan a Andalucía, la de la gastronomía es una de las más importantes. Y en Huelva podemos catalizar eso que usted ha dicho de saber centralizar dentro de la ciudad de Huelva y de esa capitalidad gastronómica, a ser posible, poner en valor todos los recursos gastronómicos que tiene la provincia de Huelva y Andalucía.

Huelva, la ciudad de Huelva y esa capitalidad nos acompañó en la World Travel Market. Tuvimos allí una promoción específica de productos de Huelva y de la capitalidad, y en Fitur también va a tener un protagonismo importante. Fitur, que sí es una feria que va más dirigida al público nacional, va a tener un importante protagonismo la capitalidad gastronómica, pero no solo va a ser la capital gastronómica, sino que eso va a venir también unido a la posibilidad de la vinculación con la celebración del DXXV aniversario del encuentro entre dos culturas, que también plantea la Diputación de Huelva y, en definitiva, la provincia de Huelva.

Vamos a hacer... Estamos ya con la mesa técnica del Ayuntamiento de Huelva para hacer las acciones específicas. Tenemos previstas reuniones con el sector para también tener una aportación por parte del sector, porque la capitalidad no solo debe servir para que la gente venga a Huelva durante un año, sino que debe servir para demostrar que Huelva puede ofrecer mucho, puede ofrecer una gran calidad, y no solo en los productos, sino también en su gastronomía. Me ha gustado que usted se refiera a ese recetario y no a los productos, sino que la gastronomía va no solo de los productos de calidad, sino también de la forma de elaborarlos y de la forma de hacerlos únicos. Y creo que Huelva ahí ha tenido un reconocido merecimiento y que también puede tener una reconocida o, por lo menos, un trayecto de éxito en los años que vienen.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Le queda un minuto.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidente.

Bueno, yo creo que, desde esta comisión, entiendo que deberíamos, y entiendo que deberíamos felicitar a la ciudad de Huelva, aunque ya se ha hecho a través de los medios, por esta oportunidad que se brinda, no solo a Huelva, sino a toda Andalucía por esa homogeneidad que tenemos y esa diversidad de productos que ahora mismo nos centramos en la provincia de Huelva.

Hemos conocido datos, como que Toledo, que ostenta durante este año 2016 la capitalidad gastronómica, ha recibido alrededor de 4,7 millones de euros de retorno desde el inicio del año, y aún no ha finalizado. Y ha aumentado el empleo en restauración en un 4,2% y también ha superado las pernoctaciones que tenían previsto en verano, ¿por qué? Hablo de este ejemplo porque Toledo es una ciudad de interior y ha sabido capitalizar esa lucha contra la estacionalidad siendo ciudad de interior. En este caso, estamos hablando de Huelva, que es ciudad de interior y ciudad costera. Y tendríamos, y digo entre todos, que saber poder rentabilizar esas

dos vertientes que tiene una ciudad, en este caso, como es Huelva. Y además si sumamos la vertientes gastronómica, creo que ya pues tendríamos el árbol completo, desde la raíz hasta arriba.

Yo simplemente entiendo que las acciones específicas a la que usted se refiere serán de apoyo material, quizás de ayuda no solo económica, sino que habrá algún tipo de actuaciones en cuanto a mecanismos de participación, colaboración, entiendo, con el ayuntamiento y con la diputación, y sobre todo si me puede concretar algo más para poder fidelizar que la ciudad de Huelva no solo sea ciudad gastronómica este año, sino que lo pueda mantener a lo largo de muchos años más.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez Rodríguez.

Señor consejero, puede utilizar usted el tiempo que le queda, que es aproximadamente un minuto, para responder a la señora Pérez Rodríguez.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Como le he dicho, señora Pérez Rodríguez, la gastronomía no necesita que haya sol o que no llueva, es un atractivo por sí, que sí nos puede ayudar mucho a luchar contra la estacionalidad en un destino como Huelva, y a poner en valor toda la oferta gastronómica que tiene Huelva. Y cuando pongamos en valor, sea con vistas a poner en valor de cara a un futuro. Una vez que aprovechemos esta capitalidad para ponerlo en valor, para saber dimensionar y poder poner en el escaparate la potencialidad gastronómica de Huelva, estoy seguro que no solo será la ciudad de Huelva, sino que será toda la provincia y toda Andalucía la que podrá ver enriquecido ese atractivo gastronómico que tiene Andalucía como destino, una motivación para el viaje que, como le he dicho, no depende de que llueva o que haga sol, sino que depende de la apetencia o de la búsqueda de esos motivos experienciales que mueven al turismo, al turismo de escapada y, sobre todo, al turismo que quiere algo más y que puede dejar algo más en Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

10-16/POC-001796. Pregunta oral relativa a la actividad del centro Andalucía Lab de Marbella, Málaga

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Le corresponde ahora la pregunta a Ciudadanos, señor Hernández White, relativa a la actividad del centro Andalucía Lab de Marbella.

Tiene usted la palabra.

El señor HERNÁNDEZ WHITE

—Gracias, señor presidente, y gracias por alterar el orden de las preguntas.

Señor consejero, el centro Andalucía Lab, de Marbella, ofrece servicios de innovación al sector turístico para aumentar la productividad de las pymes y mejorar la formación de profesionales y empleados del sector.

¿Qué nivel de actividad registra este centro en cuanto al número de acciones formativas y de asesoramiento, en los últimos años, y cuál es el resultado de esta actividad para el sector turístico en los términos en los que se plantea como objetivo?

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señorías, Andalucía trabaja para construir un marco colaborativo entre las empresas y la innovación, y la consejería, para permitir innovación tecnológica y digital para todas las empresas. Además, trata de establecer los puentes entre el ámbito turístico y el tecnológico, y ayudamos a profesionales independientes, y empresarios y emprendedores, también en el desarrollo de nuevos proyectos.

En 2015 se desarrollaron 180 acciones, con un total de 5.200 asistentes. Y como dije aquí, en esta comisión, en mi primera comisión, el desarrollo de Andalucía Lab es para nosotros una prioridad como instrumento y como herramienta para conseguir la modernización del sector turístico. Y, por tanto, hasta el 24 de noviembre de este año, ya se han desarrollado 228 acciones y se han contabilizado más de cinco mil novecientos asistentes. Y lo que es más importante, no solo en la sede de Andalucía Lab, sino que hemos sacado Andalucía Lab para colaborar activamente fuera de Marbella y para colaborar con esos programas de promoción específicos que desarrollamos en otros destinos.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señor Hernández, tiene usted la palabra.

Dos minutos le quedan, ¿eh?

El señor HERNÁNDEZ WHITE

—Gracias, señor presidente.

Gracias, señor consejero.

Bueno, sin duda, la utilidad de Andalucía Lab está fuera de toda duda. Y apoyamos, realmente, todas las acciones que decidan en cuanto también... Y nos parece muy buena idea salir de lo que es la instalación. Unas instalaciones que son espectaculares. Y nos parece que se realizó en su momento una inversión muy buena. Pero tenemos la sensación de que está infrautilizado ese centro. Yo, además, que he sido usuario de ese centro y hay mucho espacio que no se usa... Hay un salón de actos, que es muy bueno, pero tampoco tiene demasiado uso. Y entendemos que no solo se puede apoyar a las pymes en términos de redes sociales, si es innovación tecnológica. Y como el propio objetivo de Andalucía Lab habla de productividad para las pymes si mejora la formación, creemos que se le puede dotar de mucho mejor uso.

Además de las partidas de apoyo a pequeñas empresas y autónomos que se ha acordado entre Ciudadanos y el Partido Socialista, su Gobierno, dentro de Turismo y Deporte, hay muchas partidas que creemos que puede llevar a cabo como inversión, como proyectos de inversión, en el ámbito de Andalucía Lab y en el ámbito de formación para el sector turístico. Hay partidas de inversión productiva de servicios turísticos comerciales, desarrollo empresarial de las pymes... Creemos que se pueden hacer muchas cosas para mejorar aún más el grado de actividad que, según ha comentado, tiene dicho centro.

Y, por eso, le animamos a que ese centro dé más de sí de lo que da actualmente.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Hernández White.

Tiene la palabra el señor consejero para responder.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señorías, quiero decirles que esta consejería se encontró con espacios vacíos, se encontró con parte de falta de ocupación de espacios o, por lo menos, de sacar el máximo provecho. Creo que estamos en plena reordenación, estamos ofreciendo colaboración no solo a la digitalización, sino también a las nuevas iniciativas que se están planteando en el tema de turismo. Estamos en colaboración con el nuevo foro de turismo

que se ha creado en Marbella, precisamente, con el objetivo de modernizar y hacer más competitivo aún el turismo en la Costa del Sol... Y, además, no solo eso, sino que consideramos que tiene que ser también un germen de nuevas empresas turísticas. Y, por tanto, estamos en conversaciones para desarrollar un centro, un CADE, de Andalucía Emprende, específico para el turismo, también en nuestra sede.

Aparte de eso, hay un espacio de trabajo que se dedica para el *coworking*, para ese semillero de empresas —y permítanme que lo llame así—, para poder permitirles tener un espacio donde empezar su camino y donde tengan el apoyo de la Administración.

Y estamos también en conversaciones con las universidades, tanto de Málaga como de Sevilla, para aquel proyecto —porque Andalucía Lab era parte del proyecto del campo de excelencia que tenían las dos universidades— no se quede solo en ese campo de excelencia, sino que siga manteniendo las relaciones de innovación, de investigación y, sobre todo, de apoyo al sector, que se puedan realizar con la colaboración de las dos universidades.

Todo esto son planes que tenemos específicos para Andalucía Lab, pero creo que no solo tenemos que hacer hincapié en ocupar el espacio de Andalucía Lab, sino, como he dicho, que Andalucía Lab salga de aquellas paredes para que esa innovación tecnológica no tenga que depender del desplazamiento de las empresas hasta Marbella, sino que Andalucía Lab, como instrumento de investigación, de innovación y de creación de competitividad, de condiciones de competitividad, pueda ir a todo el territorio andaluz. Y esa es otra de las grandes líneas que vamos a desarrollar durante el próximo año.

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

10-16/POC-001833. Pregunta oral relativa a nueva aerolínea en el aeropuerto Granada-Jaén

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Continuamos con las preguntas.

Le corresponde ahora al Grupo Socialista una pregunta al señor consejero, relativa a nuevas aerolíneas en el aeropuerto Granada-Jaén. Para ello tiene la palabra el señor Millán Muñoz.

Señor Millán.

El señor MILLÁN MUÑOZ

—Gracias, presidente.

Consejero, no tengo que exponer aquí la importancia del turismo en Andalucía para el desarrollo socioeconómico de nuestra región y su contribución al PIB regional y a la generación de empleo, tanto de forma directa como indirecta. Y, lógicamente, también lo es para la provincia de Jaén y la provincia de Granada. Por eso, conocer la noticia de que en el próximo mes de febrero, nuevamente, una aerolínea va a realizar vuelos desde Gatwich, en Londres, hasta el aeropuerto Federico García Lorca, nos ha proporcionado una enorme satisfacción.

Desde el año 2007 hasta la actualidad, el descenso de viajeros de este aeropuerto ha sido muy significativo: de 1.467.625, de ese año, se pasó a un número de viajeros, en 2014, de 650.542 pasajeros; menos del 50%. El incremento de 2015 fue hasta los 770.270, y este año confiamos en que las cifras también puedan ser mejoradas.

Con el anuncio, para el próximo año, de que una nueva compañía se suma a realizar vuelos internacionales hasta este aeropuerto, con una frecuencia semanal de vuelos de tres días por semana, se abre una esperanza de que podamos acercarnos a esas cifras del año 2007.

Para las provincias de Granada y de Jaén, que tienen dificultades de comunicación por el ferrocarril, donde aún están mal conectados —y, al parecer, dada la implicación del Gobierno de España, lo serán por bastante tiempo—, que se incrementen los vuelos y, por ende, los pasajeros a este aeropuerto y la comunicación es una magnífica noticia, como decía.

Se ofrece una oportunidad excelente para que todo el patrimonio natural de estas provincias, los parques naturales —el de Cazorla, Segura y las Villas, el de Mágina, el de Andújar o el Parque Nacional de Sierra Nevada—, así como el patrimonio cultural de La Alhambra, la catedral, las ciudades de Úbeda y Baeza, que son cuna del Renacimiento, puedan ser más visitados, de forma que se genere más riqueza, actividad económica y empleo, que, en el fondo, es lo que todos buscamos.

Estoy seguro de que la apuesta por el turismo de interior que está realizando, dentro a la estrategia de promoción de la Consejería de Turismo, también servirá como apoyo a esta ruta, que acerca más a estas provincias con el Reino Unido.

Y, por eso, le preguntamos: ¿Qué acciones tiene previsto desarrollar, específicamente, para promocionar esta ruta y cuáles son los objetivos que la consejería espera conseguir?

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Millán.
Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, todas las instituciones trabajamos de una forma silenciosa y prudente en incrementar las rutas aéreas que queremos que vengan a Andalucía. Y ese fue el trabajo que se ha hecho, por todas las administraciones implicadas, para conseguir esta nueva ruta entre Gatwich y el aeropuerto de Granada y Jaén, con una frecuencia semanal de tres vuelos.

Quiero decirle que nosotros, indudablemente, a diferencia de otros destinos fuera de la Unión Europea, estamos imposibilitados por la normativa de dar cualquier tipo de subvención a la aerolínea, cosa que otros destinos, fuera de la Unión Europea, sí pueden hacer y que suponen una competencia desleal con Andalucía y con la Unión Europea.

Pero nosotros compensamos esa imposibilidad con una promoción específica en el origen, una promoción específica que ayude a llenar esos aviones. Porque llenar esos aviones nos hace cumplir con dos objetivos: primero, que vengan más turistas a Andalucía, y, segundo, que la aerolínea vea que es rentable el poner esas líneas.

En ese sentido, nosotros vamos a hacer una promoción específica en el Reino Unido, en Londres, sobre el destino de Andalucía, en general, pero haciendo diferentes menciones específicas sobre Granada y Jaén. Menciones específicas que también responden a esa necesidad que nos han planteado los actores o las operaciones inglesas, porque quieren cambiar el concepto..., ya que está cambiando, quieren cambiar el concepto de oferta de periodos vacacionales largos por periodos vacacionales más cortos. Y, en ese sentido, la oferta que puede ofrecer el interior de Andalucía, la oferta complementaria que pueden ofrecer provincias como la de Granada y la de Jaén se adapta totalmente a ese nuevo producto.

Por tanto, nosotros vamos a hacer hincapié en esa línea del *city break*, en esa línea del viaje de escapada, en esa línea del viaje de tres, cuatro días, que sean los destinos de Jaén y Granada, en base a este nuevo vuelo, sean destinos preferentes para el mercado británico.

Y como en este, vamos a hacer también con las nuevas líneas que podamos abrir con otros puntos de Andalucía, porque consideramos que la promoción de Andalucía es una promoción que debe de ir acompañando a las ofertas que se puedan hacer de las aerolíneas, pero sobre todo haciendo posible, o haciendo viable para las aerolíneas, poner nuevas rutas a Andalucía.

Muchas gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/POC-001834. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de Grandes Ciudades

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Continuamos con las preguntas del Grupo Socialista, y ahora una relativa al plan Turístico de Grandes Ciudades, que la va a hacer la señora Romero.

Señora Romero, tiene la palabra.

La señora ROMERO MOJARRO

—Gracias, presidente.

Buenas tardes ya, consejero.

El Ayuntamiento de Huelva ha presentado al Servicio de Planificación Turística de esta consejería la formulación del Plan Turístico de la Ciudad de Huelva, que se presentará a finales de diciembre a la convocatoria de Plan Turístico de Grandes Ciudades.

Desde el Ayuntamiento de Huelva han declarado, su alcalde, Gabriel Cruz, y la concejala de Turismo, Elena Tobar, que la capital se va a presentar por primera vez a esta convocatoria con la que se pretende convertir al turismo en un motor de riqueza y empleo de calidad para nuestra ciudad en los próximos años. Para ello se está trabajando, desde hace muchos meses, en colaboración con esta Administración, en las bases estratégicas de este plan. Para ello están realizando pues una visión integral del Plan Estratégico Turístico de la Ciudad de 2011 y del resto de planificaciones locales, provinciales y regionales con incidencia del turismo en la ciudad, así como una actualización de todos los datos turísticos, y, de forma general, pues del contexto socioeconómico de la ciudad de Huelva.

Me consta, además, que el consistorio, pues tiene previsto también presentar esta propuesta de formulación del plan turístico pues al sector turístico de la ciudad, así como al resto de grupos políticos representados en el ayuntamiento, al objeto, en todo momento, pues de enriquecerlos con su participación. La propuesta que realizará el Ayuntamiento de Huelva va a incluir una memoria justificativa con el diagnóstico del sector local, la descripción de las actuaciones previstas para reforzar la competitividad del destino y la marca Huelva, y una estimación presupuestaria de las acciones y el compromiso de colaborar en la inversión.

El objetivo de esta iniciativa, como no puede ser otro, es reforzar la competitividad del turismo urbano, que presenta pues una creciente demanda por el atractivo de grandes ciudades en recursos culturales, como pueden ser museos, monumentos o gastronomía, y en otras actividades, como la compra o el ocio nocturno.

Esta tipología, que según la consultora alemana IPK representa ya el 22% de los viajes extranjeros en todo el mundo, tiene un carácter menos estacional, algo que consideramos realmente importante, y un gran potencial de crecimiento por los cambios en motivaciones de los turistas y la tendencia de la fragmentación de los periodos vacacionales, entre otros factores.

Y no me quiero extender más. Solamente, por todo lo mencionado anteriormente, quería preguntarle qué puede suponer para el sector turístico esta nueva apuesta de la ciudad de Huelva.

Muchísimas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Romero.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señorías, desde la primera reunión que tuvo este consejero con el alcalde de Huelva me planteó la intención de que la ciudad de Huelva participara en el Plan de Grandes Ciudades. Me comprometí a que así sería, el decreto le posibilitaba porque era una ciudad de más de 100.000 habitantes, y desde entonces ha habido una continua relación entre los técnicos de la ciudad, del ayuntamiento, y los técnicos de la consejería, para hacer posible que este plan existiera.

Una vez que el decreto ha salido a la luz y ha posibilitado la presentación, también me trasladó el alcalde que era su intención de que fuera inmediata la presentación de este proyecto. Y así lo está demostrando con las continuas reuniones que está teniendo con los técnicos. Porque el Ayuntamiento de Huelva es consciente de que no es un proyecto solo a presentar, sino que es un proyecto a desarrollar y a justificar. Y, por tanto, quiere tener el máximo de garantía de éxito para este proyecto.

Y, en este sentido, Huelva tiene muchas posibilidades. Huelva está viviendo una transformación no solo urbana, con ampliación de algunos espacios que se incorporan a la oferta turística, como el paseo marítimo, o no solo con la capacidad que está teniendo, por ejemplo, para traer recursos turísticos —de atractivo turístico—, como es esta capitalidad que hemos hablado antes, sino que también está siendo capaz de ver la posibilidad de crear productos turísticos que lo hagan permanente en el tiempo, que ponga en valor todo lo que pueda ofrecer Huelva como capital y como parte —una cosa que me ha trasladado siempre el alcalde de Huelva— de una provincia con una riqueza histórica, cultural, patrimonial, de naturaleza y gastronómica, como no puede ser de otra forma, que puede enriquecer el destino Huelva.

En ese sentido, hemos tenido reuniones. Ellos tienen intención de presentar en los próximos meses, ya definitivamente, su propuesta. Y el compromiso de esta consejería es que sea inmediatamente puesta en valor para que se incorpore Huelva con su plan turístico; un plan turístico que no tuvo en la anterior convocatoria, que no presentó el ayuntamiento ninguna propuesta que diera luz al plan turístico de la ciudad de Huelva en la anterior convocatoria. Y que creo que es una gran oportunidad que no se puede desaprovechar. Y, en ese sentido, también, aparte de todo lo que hemos dicho, la vinculación con el flamenco..., con el flamenco de Huelva, como uno de los grandes atractivos que se pueden sumar; también una de las grandes oportunidades que tiene Huelva.

Huelva no quiere quedarse al margen de este instrumento que la Junta de Andalucía pone con las grandes ciudades para desarrollar su plan turístico, para desarrollar su potencial turístico. Y aquí hay que agradecer que se ha puesto, desde primera hora, en colaboración con los técnicos, para que ese plan turístico sea el mejor para Huelva capital y para Huelva provincia.

Muchas gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 292

X LEGISLATURA

1 de diciembre de 2016

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Con esta pregunta terminamos precisamente el capítulo de preguntas, y pasamos ahora, cuando el consejero se ausente, al debate de las proposiciones no de ley.

Gracias, señor consejero.

[Receso.]

10-16/PNLC-000326. Proposición no de ley relativa a campos de césped artificial en Huelva capital

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías, terminen ustedes de despedirse del señor consejero, que vamos a continuar con el orden del día.

Muchas gracias al señor consejero y a sus señorías.

Y empezamos el debate de las proposiciones no de ley, presentada por el Grupo Popular la primera, relativa a los campos de césped artificial de Huelva... Bueno, podemos empezar por la segunda.

Bueno, empezamos por la segunda, relativa a la culminación del estadio de la juventud de Granada. Sí, sí... Es mejor empezar por la segunda, creo yo. Es mejor, sí.

La señora Carazo Villalonga tiene la palabra.

[Intervención no registrada.]

Bueno, pero como tiene usted la palabra ahora...

La señora CARAZO VILLALONGA

—Yo estoy...

[Intervenciones no registradas.]

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señoría... Bueno, mientras que usted llama a la portavoz, quien tiene que intervenir es la que tiene que defender...

Tiene siete minutos para defender..., la señora...

Bueno, comenzar...

[Intervención no registrada.]

Bien, comience a defender su PNL.

Bueno, pues nada, retiramos lo dicho y empezamos por la primera... Señorías, señorías, por favor, atiendan ustedes aquí al presidente.

Empezamos por la primera... Retiramos lo dicho y empezamos por la primera PNL. Y tiene la palabra el señor portavoz del Partido Popular para la defensa de la misma.

El señor GARCÍA DE LONGORIA MENDUÍÑA

—Sí. Gracias, señor presidente, y buenas tardes.

Huelva es la capital con un menor número de campos de césped artificial de toda Andalucía, y es evidente que la capital tiene muy pocos e insuficientes campos de fútbol en relación a la demanda existente y a la población que tiene.

Se trata de una reivindicación de los vecinos y vecinas de la capital, y es una demanda de miles de padres y madres que miran con envidia a otros municipios de la provincia, en donde sí la Junta de Andalucía se ha gastado el dinero en este tipo de instalaciones.

De hecho, se da la circunstancia de que hay un club onubense, de la propia capital, que se ha tenido que ir a un pueblo cercano y vecino para poder desarrollar sus entrenamientos y sus competiciones. Por tanto, los niños y niñas de la capital siguen jugando al fútbol, desgraciadamente, en Huelva como se hacía en los años ochenta, mientras que el resto de capitales están adaptadas al siglo XXI.

La situación actual supone el aumento del riesgo de lesiones para los jóvenes que practican fútbol, y también que los entrenamientos y partidos, lógicamente, queden supeditados al clima existente en ese momento en la capital. Huelva capital no tiene ningún campo de césped natural, salvo las instalaciones vinculadas al Recreativo de Huelva y, por tanto, al fútbol profesional. Y, en la actualidad, en Huelva capital hay 165 equipos repartidos entre 21 clubes. Estos 21 clubes tienen a 1.137 jugadores en fútbol 11, y 1.208, en fútbol 7. Por tanto, presentamos en el día de hoy una iniciativa que afecta de manera directa a 2.345 jóvenes.

En Huelva, de 42 campos de fútbol, 10, tan solo 10 son de césped artificial, que además se concentran en cuatro instalaciones deportivas. Existe, por tanto, un importante déficit de instalaciones, ya que la demanda excede a la oferta de instalaciones que existe.

Nos encontramos, por tanto, con una oferta saturada ante la gran demanda y, además, una oferta de instalaciones de baja calidad. De hecho, hay campos que son instalaciones deportivas escolares, campos de fútbol de colegios que son alquilados a distintos clubes para los entrenamientos y, en concreto, 11 campos de Huelva capital pertenecen a distintos colegios. La única instalación deportiva de la Junta de Andalucía en la capital es la ciudad deportiva, que, desgraciadamente, se encuentra en un estado de abandono constante y evidente por parte de la Junta de Andalucía, y esta ciudad deportiva tiene un campo de fútbol 11 y, por tanto, 2 de fútbol 7, de césped artificial, pero si bien es cierto que este césped se encuentra en muy mal estado y que hace años se debería haber sustituido y que, por el momento, no se ha hecho.

Esto provoca, además, lesiones en los niños y, de hecho, hay un club de primera división femenina, el Sporting femenino, que tuvo que cambiar su campo de juego, es decir, pasar de la ciudad deportiva a otro campo de juego, puesto que estos campos de la ciudad deportiva no estaban homologados en función de las condiciones que presenta o que pide la liga de fútbol profesional. Es cierto que la Junta aprobó en 2008 el Plan de Instalaciones Deportivas de Andalucía. La planificación de las instalaciones deportivas, tal y como recoge este plan, se realizará de acuerdo con criterios en función de las necesidades de la población, de la disponibilidad de los recursos, del respeto al medio ambiente, de la coordinación, de la cooperación de las distintas administraciones, la ejecución de las actuaciones en materia de instalaciones deportivas, etcétera.

Y este plan ya, en el año 2008, presentó..., es decir, hace ocho años, recogía la conveniencia de instalar césped artificial en cinco instalaciones deportivas de nuestra capital, con un presupuesto aproximado de 2,5 millones de euros. Dicha planificación no se ha llevado a cabo en ninguno de sus extremos. Y siempre en relación con este asunto, la Junta de Andalucía ha vinculado su inversión a la inversión propia de otra

Administración, pero entendemos, desde nuestro grupo, que la Junta de Andalucía, la Consejería de Turismo y Deporte tiene la suficiente capacidad financiera para hacer frente a la instalación de césped artificial por sí misma, como se ha hecho en otras capitales de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor García de Longoria.

Seguidamente, tiene la palabra la portavoz de Izquierda Unida, señora Pérez Rodríguez, por un tiempo de cinco minutos, para posicionarse en relación con...

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Sí. Gracias, presidente.

Bueno, nuestro Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, vista la proposición no de ley y las necesidades que demanda, en este caso, la sociedad civil de Huelva, entendemos que es coherente poder apoyarla porque, en definitiva, está hablando de un compromiso de plazos y de estudio de necesidades.

Está hablando de que el Gobierno de Andalucía haga unos estudios en función de la demanda de la población, en relación a los campos de césped que puedan remodelarse, en cuanto a césped artificial en la ciudad de Huelva; elaborar un plan de inversiones vinculado a ese estudio, para poner en marcha cuantas actuaciones sean necesarias y, en definitiva, fijar un calendario. Nos parece oportuno que se pueda llevar a cabo esta iniciativa. De hecho, la Junta de Andalucía hace poco aprobó, para incentivar el deporte, una línea de ayudas para infraestructuras y equipamientos deportivos. Lo que sí entendemos, desde nuestro grupo parlamentario, es que puede que esas ayudas sean insuficientes, y que el esfuerzo económico que está haciendo la Junta a través de los presupuestos no sea, pues, el que pueda corresponder con las necesidades de cada una de las provincias.

Si hablamos de deporte y de la implantación de ese deporte, teniendo en cuenta la reciente aprobación de la Ley de Deporte aquí en Andalucía, la cual hemos aprobado, siendo vanguardia en España, y dándole un acento especial a ese deporte en edad escolar en menores y, cómo no, también en toda la población y también en mayores, para poder incentivar ese deporte, se necesitan unas instalaciones dignas, que es lo que ahora mismo se está poniendo en cuestión por parte de esta proposición no de ley.

Para incentivar ese deporte base, que es en el que nos tenemos que centrar en la mañana de hoy, yo creo que se necesitan las inversiones suficientes y, al menos, que exista ese calendario, que es lo que se está pidiendo, y ese estudio de necesidades en función de quiénes van a utilizar esas infraestructuras.

Por tanto, nosotros apoyaremos esta iniciativa que presenta el Partido Popular en este caso, porque entendemos que sí hay un déficit, y estamos hablando de calendarizarlo, para luego llevar a cabo las correspondientes acciones, creo que es viable por parte de la propia Junta, pero sí debería comprometerse también el Gobierno de Andalucía con una partida presupuestaria. No sé si el Partido Popular ha hecho algún tipo de enmienda relativa a la ciudad de Huelva, pero realmente tendría que comprometerse en ese calendario, con

una contrapartida económica, para que en equis años, según ese calendario y según ese estudio, pues, realmente, todos los niños puedan cumplir con ese sueño de jugar en campos de césped, evitar esas lesiones y, además, cumplir con la normativa que existe vigente que, en corto plazo, todos los campos de césped deben ser de césped artificial.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez Rodríguez.

Seguidamente tiene la palabra el señor Funes Arjona, por tiempo de cinco minutos también.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

La defensa del deporte exige contar con instalaciones dignas, y los campos de césped artificial facilitan la práctica, provocan menos lesiones y su mantenimiento es más económico. Y, lógicamente, nos parece bien, nos parece adecuado que Huelva, como todas las provincias andaluzas, disponga de las mejores instalaciones posibles y, si eso responde a la demanda social que señala el proponente, pues, nos parece que es un interés legítimo. Ahora bien, yo no sé si es la capital con menos campos de césped artificial; en todo caso, la comparativa siempre debe estar sujeta a variables distintas, como población, clubes, jugadores, etcétera. Desconozco si se ha realizado ese estudio y tal, pero, en fin, no tengo por qué no dar por válidos los datos que nos señala el Grupo Popular.

Ahora bien, la planificación que estaba vigente hasta hace días está dentro de lo que se llama plan director, ahí es donde aparece, pues, todo el diseño que la..., que se hace para establecer o para realizar las inversiones necesarias. Se..., entiendo, o entendemos que ese plan director del año..., que ha finalizado recientemente, en el 2016, se estará actualizando para que tenga ahí cabida la evaluación y se vea la necesidad de realizar las actuaciones, en este caso, los campos de césped artificial, que se vean oportunos desde el ayuntamiento de Huelva.

Luego, también una..., una subvención, una línea de subvención, una orden en 2016 en la cual se concedían ayudas para este fin, también desconocemos si desde el municipio se solicitó esa ayuda y, sobre todo, si se llevó al efecto, si se hizo la actuación pertinente, porque la competencia de la Administración local es la gestión y la promoción del deporte, no es la realización, es cierto, pero, una vez que se recibe la ayuda o la subvención, sí es el que tiene el compromiso de realizar esa actuación.

Por tanto, nosotros hemos hecho una enmienda, y es la de colaborar con el ayuntamiento en la posible construcción de campos de fútbol de césped artificial para paliar el déficit con el que cuenta la capital onubense. Y decimos colaborar porque, como he señalado anteriormente, se puede recibir la ayuda, se podría recibir una ayuda y no ejecutar o no realizar el destino para el que estaba solicitada.

Por tanto, los dos puntos iniciales no los vemos, porque forman parte de un plan director, no es algo que se haga de manera independiente de ese plan director en el que se deben recoger todas las deman-

das. Y en la tercera, pues, instamos a la Administración a colaborar como debe hacer en la financiación de esos proyectos deportivos.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Seguidamente tiene la palabra la portavoz de Podemos, la señora García Bueno.

La señora GARCÍA BUENO

—Muchas gracias, señor presidente.

Bueno, rápidamente, porque creo que ya estamos cansados de comisión y se ha dicho ya bastante sobre esta proposición no de ley. Adelantar que desde nuestro grupo parlamentario anunciamos ya nuestra disposición a apoyar esta proposición no de ley.

Nos parece bien que se lleve a cabo un estudio de necesidades con el fin que se propone en la proposición no de ley y entendemos que el fútbol es un deporte practicado por un amplio número de personas de Andalucía y, por tanto, debe contar con las infraestructuras necesarias para su práctica, como ya han señalado anteriormente algunos portavoces.

No obstante, también quisiéramos poner de manifiesto algunos matices a fin de tratar de situar esta iniciativa en el marco que consideramos más apropiado desde nuestro punto de vista.

En primer lugar, nos parece oportuno dejar claro que nuestro grupo parlamentario no está a favor de financiar el césped artificial en campos de fútbol privados, es decir, los de los clubes profesionales o los de los clubes deportivos privados. Primero, porque entendemos que la inversión pública para infraestructuras deportivas es limitada, como se ha señalado, y, por tanto, no nos mostramos a favor de que esos escasos recursos vayan a parar a inversiones privadas que, además, proporcionan lucro a sus entidades beneficiarias. Y, segundo, porque esas entidades normalmente cuentan ya con sus fuentes de financiación suficientes a través de espónsor o de sus propios socios.

Y, en segundo lugar, también quisiéramos aclarar que cualquier actuación o inversión al respecto, desde nuestro punto de vista, debería priorizar a aquellos campos en los que se practican otras disciplinas deportivas, además del fútbol. De esa forma maximizamos la inversión, atendemos a otros muchos colectivos que también demandan y necesitan de infraestructuras y equipamientos deportivos específicos, y evitamos que el fútbol concentre toda la atención de la Administración en relación a la inversión pública en materia deportiva.

Por lo demás, desde nuestro grupo queremos presentar dos enmiendas in voce, si es posible, que están relacionadas con estos planteamientos: la primera es en el punto 1, donde se pone campos de fútbol, que nos gustaría que se añadiera públicos, campos de fútbol públicos. Y la segunda es al punto 3, sobre el que queremos pronunciarnos en la misma línea que hacía el portavoz del Grupo Ciudadanos, es decir, que nos parece bien que se colabore con ese fin con el ayuntamiento, pero también con la diputación provincial.

Es todo. Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora García.

Señora Romero, tiene la palabra.

La señora ROMERO MOJARRO

—Gracias, presidente.

Pues yo quiero comenzar mi intervención y posicionamiento refiriéndome a la normativa existente para no llevar a engaño a la ciudadanía. Porque considero que debemos ser honestos a la hora de defender una propuesta.

El Decreto 212/2015, de 14 de julio de 2015, en el artículo 6 atribuye esta, entre otras, a la persona de la secretaria general para el Deporte la planificación de las instalaciones deportivas, el impulso, fomento, colaboración, coordinación y seguimiento de la ejecución de instalaciones y equipamientos deportivos de titularidad de otras administraciones públicas, federaciones o entidades de Andalucía. Es más, mediante el acuerdo de 8 de mayo de 2007, del Consejo de Gobierno, se acordó el Plan Director de Instalaciones Deportivas de Andalucía, cuya vigencia abarca de 2007 a 2016.

Este plan se configura como el único instrumento de planificación de las instalaciones deportivas, y esta se realiza a su vez de acuerdo con los criterios que ya se han venido comentando a lo largo de esta PNL, como son las necesidades de la población, la disponibilidad de recursos, el respeto al medio ambiente y la protección del medio natural. Y cómo no, la coordinación y la cooperación entre las distintas administraciones para la planificación y ejecución de las actuaciones en materia de instalaciones deportivas.

También quiero mencionar la Ley 5/2016, en la que se establece que este Plan Director de Instalaciones Deportivas se adaptará a esta ley en el plazo de dos años. A su vez, los planes locales de instalaciones deportivas que estuvieran en vigor actualmente también deberán adaptarse a este plan director en este año.

Actualmente se está tramitando el acuerdo de formulación de este nuevo Plan Director de Andalucía. Y este plan de nuevo será el instrumento de planificación para la detección y análisis de las necesidades actuales.

Obviamente, las actuaciones necesarias y la calendarización de las mismas pues se determinarán a posteriori, de acuerdo con este estudio de necesidades que he comentado. ¿Pero será este plan quien planifique lo que se va a desarrollar? Según, pues, todos los objetivos y todas las necesidades que se vayan descubriendo, no una PNL.

Por otra parte, hay que señalar la Ley 5/2010, de Autonomía Local, que establece como competencia propia de los municipios andaluces la promoción del deporte y la gestión del equipamiento deportivo. O sea, que las competencias que tienen son promoción y gestión. Como no pude ser de otra manera, queremos que haya mejora en las instalaciones de Huelva capital, pero consideramos que, sinceramente, esta no es la vía. Personalmente, además, me sorprende el interés repentino que le ha entrado al PP por mejorar las instalaciones deportivas de Huelva después de que han gobernado durante veinte años en la capital y la única subvención que pidieron para la mejora de instalaciones deportivas fue en 2006, firmando el convenio en 2009

con esta consejería para la instalación de un campo de fútbol de césped en el Torrejón, subvención que por la que se le tuvo que pedir el reintegro íntegro, porque una vez concedida nunca fue iniciada y ejecutada, por tanto, nunca se llevaron a cabo los trabajos. En fin, por eso digo que me resulta curioso y repentino el interés, se podría decir así.

Con respecto a la enmienda que hace Ciudadanos, pues entendemos que no podemos sumarnos, por todo lo expuesto anteriormente, porque consideramos que la decisión de las inversiones la toma el plan director. Y teniendo en cuenta la Ley 5/2010, pues las competencias del ayuntamiento son, como ya he hablado con el portavoz, la promoción y la gestión.

Muchísimas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Romero.

Tiene la palabra para cerrar este debate el señor García de Longoria. Recordarle que tiene que pronunciarse usted respecto al tema de las enmiendas. Hay dos enmiendas *in voce* de Podemos, y la presentada por Ciudadanos.

El señor GARCÍA DE LONGORIA MENDUIÑA

—Sí. Gracias, señor presidente.

Y voy a empezar por las enmiendas. En principio no tenemos problemas en aceptar las enmiendas de Ciudadanos y de Podemos, sobre todo. Pero sí teniendo en cuenta una consideración: en esa colaboración, en ese apoyo y demás, que no exima a la Junta de Andalucía de sus responsabilidades. Porque lo que tradicionalmente se ha realizado es, bajo el paraguas del ayuntamiento o de la escasa financiación del ayuntamiento, no desarrollamos los proyectos. O bajo el paraguas de la diputación, que tiene una posibilidad financiera a lo mejor menor que la Junta de Andalucía, finalmente no se realizan los proyectos, ¿no? Yo creo que, lógicamente, para cualquier actuación en una ciudad debe colaborar el ayuntamiento de esa ciudad, en este caso el Ayuntamiento de Huelva. Pero que esa colaboración no conlleve necesariamente una colaboración económica, porque ese es el problema que ha habido a lo largo de todos estos años.

Y sí lamentar el voto negativo del Partido Socialista. Cualquier excusa es buena, nuestro interés es el que es, lógicamente, por la práctica del fútbol en la capital. Sí, también les recuerdo que las únicas instalaciones que se han hecho en todos estos años han sido a costa del Ayuntamiento de Huelva, en las instalaciones deportivas del Saladillo, en Huelva, y las hizo el Ayuntamiento de Huelva. Si bien es cierto que la convocatoria no se convoca desde el año 2010, ¿no? Por tanto estamos intentando saltar ese paso que es de la situación financiera de los propios ayuntamientos, porque la Junta de Andalucía, al margen del plan director, ha ejecutado obras en provincias y capitales como en Málaga, en Jaén o en Cádiz, y ese mismo tratamiento es el que queremos también para Huelva capital. Por tanto, si se puede hacer en otras provincias, al margen del plan director, que nuevamente lo vuelven ustedes a traer como excusa para votar en contra de una necesidad que

hay y existe en la capital de Huelva, al margen de ese plan director, sí se pueden realizar actuaciones, como de hecho se han hecho en otras capitales.

Agradecer los votos favorables del resto de formaciones. Y, sobre todo, traer a esta comisión, que es donde se debe de traer, nuestro interés lógico, nuestro interés cierto y nuestro interés..., no es repentino, el que no tiene interés es el que no lo trae, ¿no? Por tanto, nuestro interés sincero es que los casi 2.000 niños federados y niñas federadas que hay en nuestra capital puedan desarrollar la práctica del deporte y la práctica del fútbol en las mejores instalaciones posibles. Y sí le aseguro, señor Funes, que Huelva es la capital que menos campos de césped artificial tiene de toda Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor García de Longoria.

10-16/PNLC-000327. Proposición no de ley relativa a culminación del Estadio de la Juventud de Granada

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Continuamos con el orden del día, el último punto, que es una PNL también, del Partido Popular, relativa a culminación del Estadio de la Juventud de Granada. Y ahora sí creo que tiene la palabra, si no me equivoco otra vez, la señora Carazo. Por siete minutos.

La señora CARAZO VILLALONGA

—Sí. Muchas gracias, señor presidente.

Señorías, el Partido Popular trae a esta comisión una proposición no de ley para hablar, debatir e impulsar la culminación del emblemático Estadio de la Juventud, una querida..., una emblemática infraestructura deportiva, querida por todos los granadinos, que a todos pues nos alberga grandes recuerdos. La única instalación deportiva que es propiedad de la Junta de Andalucía en la provincia de Granada. Una instalación en el corazón de la ciudad, y en una zona que, además, cuenta pues con un déficit de instalaciones deportivas a pesar del esfuerzo impulsor del Ayuntamiento de Granada en los últimos 15 años.

Decirles que el Partido Popular ha mostrado su preocupación por la situación de esta infraestructura desde hace años. Son múltiples las iniciativas que hemos presentado en esta comisión, en el Parlamento de Andalucía, demandando un compromiso serio y la voluntad política por parte del Gobierno de la Junta de Andalucía para acometer la recuperación y rehabilitación, que está anunciada y que ha sido, además, faseada en numerosas ocasiones desde el año 2004.

La historia del Estadio de la Juventud es una historia de engaño, de despropósito y de abandono. Fíjense, y se sigue manteniendo ese engaño y ese despropósito, presupuesto tras presupuesto. Es el estadio de las mil fotos, porque mil fotos ha habido de diferentes consejeros y cargos socialistas, pero no se llega a culminar su rehabilitación.

Voy a empezar por la foto de 2011. Se anuncia un proyecto, un proyecto para rehabilitar este estadio; se anuncia además que va a ser su inicio de las obras seis meses más tarde. En esa primera foto sale la consejera actual, María José Sánchez, en ese momento delegada de la Junta en Granada. Y, repito, en 2011 anuncia que seis meses más tarde se inicia un proyecto, que ella anuncia reducido en un 60%, de 35 millones de euros se reduce, y se anuncia seis meses más tarde.

Qué casualidad que la segunda foto viene en enero de 2012, seis meses después, en plena campaña de las elecciones autonómicas. Porque en esos seis meses no se puso ni una sola piedra, no empezó la obra. En ese momento llega el consejero Alonso, otra visita-foto para anunciar el mismo proyecto. Un jarro de agua fría, porque ese proyecto ya es cuando nos anuncia a todos los granadinos que va a ser faseado, reducido en un 60%, de 35 millones a 10 millones de euros el proyecto, y por fases: una primera fase, una segunda fase y una tercera fase.

Pues bien, la tercera foto llega en marzo de 2012, cuatro días antes de las elecciones autonómicas. Para esto hay que tener poca vergüenza, ¿eh?, y desfachatez política. Lo hace el delegado de Deportes, porque

en esos meses ni una sola piedra. Pero tres días antes de las elecciones sí que va el delegado de Deportes a hacerse esa tercera foto..., esa tercera foto en nueve meses, y tampoco empiezan las obras.

Tenemos que esperar a una cuarta foto, dos meses más tarde, en mayo de 2012. Vuelve a acudir el Gobierno andaluz, una nueva burla, porque la foto es para decir que empieza el movimiento de las tierras. Un movimiento de tierras anuncia el Gobierno andaluz, nada de primera piedra.

Finalmente el consejero Alonso, de nuevo, en enero de 2013, viene otra vez, visita las obras, se hace otra visita-foto, empieza la primera fase. Un año después, y una vez que se superaron las elecciones autonómicas, señorías, ¿No podemos estar cansados y hartos los granadinos? Esto es una desfachatez y un despropósito. En esa foto de enero de 2013 el consejero Alonso anuncia la finalización de esta primera fase, de este proyecto recortado y faseado, en julio de 2013. Y que sería inaugurada en septiembre de 2013. Vemos que no se inaugura hasta un año después. Tiene que llegar 2014, septiembre de 2014, cuando se inaugura esta primera fase. El consejero Alonso, además, en esta inauguración dice que no se va a parar, que ininterrumpidamente se va a continuar con la recuperación del Estadio de la Juventud, que va a empezar la segunda fase urgentemente, la inminente ejecución de la segunda fase. Eso fueron los titulares en todos los periódicos, que comenzaría con la demolición del pabellón antiguo, que es un nido de ratas, de suciedad y de malos olores en pleno corazón de Granada, y con la construcción del nuevo pabellón y de las pistas de pádel.

Pues bien, presupuesto de 2015, 250.000 euros. 250.000 euros para convocar el concurso, para la contratación de la elaboración del proyecto básico y de ejecución de la demolición del pabellón —hoy sin derruir— y para la segunda fase de remodelación del estadio.

Señorías, hace un año pregunto al nuevo consejero por la situación del Estadio de la Juventud, porque el año 2015 pasó en blanco, no empezaron las obras de la segunda fase. Pero a día de hoy ni se ha derruido el pabellón comprometido en 2015, ni tampoco se ha dado un paso para que se pueda culminar esta infraestructura. Y, miren ustedes, yo le pedí hace un año al consejero compromiso, y le pedí voluntad política, y le pedí prioridad, recién llegado a su consejería. Y no fue prioritario tampoco en 2016. Esta vez contó con la complicidad de Ciudadanos, que aprobó un presupuesto de 2016 que no ha impulsado la construcción de la segunda fase. Otro año que ha pasado en blanco. Es que han pasado en blanco 2015 y 2016, en la redacción, en la adjudicación de proyectos, en un proyecto para demoler el pabellón, que ahí sigue, como he dicho, un nido de ratas y de suciedad.

Y, miren ustedes, ¿qué va a pasar en 2017? Pues que permanece el engaño. El Gobierno andaluz nos ha anunciado un millón de euros para un proyecto que su segunda fase, tal y como ha anunciado el director de la propia infraestructura y el Gobierno andaluz, una vez tras otra a este grupo, oralmente y por escrito, cuantificaba en cuatro millones y medio de euros.

Yo no puedo aceptar que se alargue más la construcción y la finalización, la culminación de este proyecto. Este grupo no quiere que se continúe con este engaño. Se lo dije hace un año al consejero: ni es prioridad, ni hay voluntad, y se continúa con el engaño. Es un jarro de agua fría para todos nosotros, que pasado este año de 2016 se contemple tan solo un millón de euros para ejecutar una segunda fase, ¿qué segunda fase se va a ejecutar en el presupuesto de 2017?

Y, de nuevo, Ciudadanos es cómplice. En la ciudad de Granada juega a la contradicción. Anuncia que va a presionar al Gobierno andaluz y que quiere que se culmine con la infraestructura deportiva, y en este

Parlamento me presenta una enmienda diciéndome que sea en 2018. ¿Por qué? Porque ha aprobado unos presupuestos. Pues, Ciudadano es cómplice de que no se pueda culminar el Estadio de la Juventud ni en 2017 ni en 2018, porque si en 2017 este Gobierno no es capaz ni de acometer la construcción de la segunda fase, con un millón de euros, que nos siguen recortando a los granadinos presupuesto y consignación, muy lejos va a quedar esa culminación comprometida, anunciada y presupuestada en otras ocasiones por parte del Gobierno andaluz.

Por tanto, hoy presentamos esta iniciativa pidiendo que se culmine en el ejercicio de 2017, que se sienten las bases con un presupuesto serio e importante para que el Estadio de la Juventud sea una realidad en la ciudad de Granada, y para que los granadinos puedan practicar deporte, que eso es lo que nos interesa a los granadinos en la ciudad de Granada.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien, señora Carazo.

Para los grupos políticos..., le corresponde la palabra al Grupo de Izquierda Unida.

Señora Pérez Rodríguez, tiene cinco minutos.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidente.

Bueno, puedo compartir parte de la intervención que hace la portavoz del Partido Popular, en definitiva, la proposición no de ley habla de culminación del Estadio de la Juventud.

Por tanto, es una necesidad a gritos, desde hace ya mucho tiempo, de que estas obras deberían haber estado finalizadas. De hecho, yo entiendo que el propio Gobierno andaluz entenderá que ese retraso en los plazos y esa prórroga de plazos que se da continuamente, pues, huele también a algo parecido a lo del metro, es decir, nunca concluyen las obras y nunca están los compromisos definitivos.

Lo que pasa es que también tendrían que decirle a la portavoz del Partido Popular que, como ella misma ha reconocido hace un año, que le hizo esta pregunta. Si el PP consideraba que era tan importante, tan importante, después de la respuesta que obtuvo el 15 de octubre del 2015, pues posiblemente, con una proposición no de ley en aquella fecha, algo se hubiese conseguido más en los presupuestos para el 2016, Y no que estamos esperando a los presupuestos de 2017.

Y yo entiendo que si esas son las ganas de que se concluyan, entiendo que la iniciativa nace un poco muerta. Porque con unos presupuestos ya sobre la mesa, donde sabemos que se aprobarán con el voto favorable de Ciudadanos, donde solo aparece un millón de euros para el pabellón que, como bien hemos visto que anunció el consejero, entonces Luciano, había una previsión para una segunda fase de cuatro millones y medio, y para concluir la tercera fase hacían falta 13 millones, sabiendo la cuantía económica que puede que resta por ejecutar y sabiendo el calibre de las obras, entendemos que para el 2017 va a ser difícil

que la Junta de Andalucía contemple una partida con 13 millones de euros, que es lo que supuestamente se necesita. Entonces, por eso digo que nace un poco muerta.

Yo entiendo, y podríamos hacer una enmienda *in voce*, y no sé si me la aceptará la proponente, en la línea de hacer un calendario con la consejería, al igual que se ha hecho con la otra iniciativa, algún tipo de calendario y compromiso que vaya ligado a la parte presupuestaria. Es verdad que hay mucho incumplimiento y que en aquella respuesta que da el consejero en octubre del 2015 habla de compromisos y de fechas, cuando hablaba que la calificación de la obra de la segunda fase estaba prevista para marzo de 2017. Y, de hecho, marzo de 2017 aún no ha llegado.

Pero sí es verdad que se daban otra serie de plazos que tampoco se han cumplido. Yo entiendo que si por parte del Partido Popular hay voluntad, y quiero entenderlo así, de que se culminen las obras realmente, pues se podría instar al Gobierno a que existiera un calendario regulado con esas fases, con esa ejecución y, además, con esa cuantía económica, que posiblemente no sean los 13 millones, no lo sé. Lo mismo hay que reestructurar y hay que volver a hacer números y a lo mejor la cuantía nos encontramos con que es menos. Pero realmente yo comparto la necesidad de que el Estadio de la Juventud debe finalizarse, pero tal y como expone la propia proponente, desde el año 1986, el 2002, el 2003, 2004, 2008, 2014, se centra solo en los incumplimientos, no veo mucha voluntad de diálogo por parte de la señora Carazo.

De todas formas, dependiendo de la intervención que tenga al final, pues nosotros nos postularemos acerca de esta iniciativa, pero yo entiendo, como le he dicho, que es cierto que el Estadio de la Juventud es un compromiso incumplido por parte del Partido Socialista, por esa lentitud en las actuaciones y falta de concreción en los presupuestos. Pero podemos instar al Gobierno, entre todos, en que exista esa coordinación y un compromiso de ejecución.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez Rodríguez.

Seguidamente tiene la palabra el señor Funes, también por cinco minutos.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Yo agradezco a la señora Carazo que responsabilice a Ciudadanos de que un estadio que lleva tanto tiempo sin hacer pues ahora es cosa nuestra. Me imagino, casi será también cosa nuestra que el Ave llegue a Granada en las circunstancias que va a llegar y después de tanto tiempo; que en la presa de Rules ocurra lo que está ocurriendo, y que el Arqueológico lleve también siete años por una cantidad bastante menor de la que se está aquí requiriendo a la Junta de Andalucía. Esto, señora Carazo, es una PNL de ultimísima hora para justificar no sé qué, para justificar no sé qué.

A propósito, usted habla de una cantidad muy significativa de la que estamos hablando. Me gustaría que usted dijera de qué sitio la recoge, de qué sitio la recoge. Porque eso habrá que decirlo, ¿no? O sea, eso se

introduce... No, no, ¿de qué sitio la recoge usted? ¿A quién se la quita? Porque eso sería una cuestión, yo creo que sería interesante que les diga a su compañeros de Huelva, de... Miren, esto se va a quitar de aquí, de aquí, de aquí y de aquí, estos 13 millones. Yo creo que hay que tener un poquito más de rigor. Yo tengo el mismo deseo...

[*Rumores.*]

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señorías, por favor. Dejen... Dejen que termine el señor Funes de...

El señor FUNES ARJONA

—Claro, es mi tiempo.

Tengo el mismo deseo que usted de que... Señoría, tengo el mismo deseo que usted de que el Estadio de la Juventud se termine, el mismo deseo. Fíjese si tengo el mismo deseo que llevamos año y medio, y ya se van a empezar las obras. Fíjese lo que estamos haciendo.

Ustedes han estado aquí un montón de tiempo, y eso llevaba no sé cuántos años sin iniciar. Y ahora resulta que llegamos y en el 2017 ya se van a empezar, no sé si a mover tierra o a derribar o a construir. Pero se va a comenzar una partida presupuestaria. Sería también muy fácil decir que esa partida presupuestaria, ustedes, como no van a aprobar los presupuestos, usted dice que nosotros lo vamos a aprobar. Claro que lo vamos a aprobar, si hemos conseguido introducir un impacto económico significativo, claro que lo vamos a aprobar. Si es que su líder dijo que si Susana Díaz le aprobaba lo que él decía, también aprobaría los presupuestos.

Por tanto, mire usted, un poco de seriedad, un poco de seriedad, un poco de política útil. Un poco de política útil, porque el deseo que tiene usted, repito, es un deseo que compartimos y que yo comparto, lógicamente, como granadino. Pero en ese sentido va la enmienda: en darle una oportunidad de colaborar en la terminación del Estadio de la Juventud, que usted pueda decir una cosa que hemos propuesto, una cosa que ha salido adelante. Y le estoy dando la oportunidad con esta enmienda, señora Carazo. Traslado al 2018..., es imposible, usted lo sabe, terminar ahora en 2017.

¿Usted quiere que nos retratemos? Vale, nos retrataremos, pero estamos siendo coherentes. Estamos siendo serios. Y estamos diciendo usted tiene estas enmiendas, que a mí me han dicho que en 2018 me voy a pillar los dedos, fíjese, pero yo lo voy a mantener. Me han dicho que en el 2018 me pillo los dedos, pues yo lo voy a mantener y nos vamos a pelear.

Acepte usted esta enmienda, señora Carazo, y verá cómo el Estadio de la Juventud en un par de años usted lo verá níquel. Eso es política útil, señora Carazo, lo demás es confrontación inútil y baldía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Funes.

Seguidamente, tiene la palabra la portavoz de Podemos, la señora García Bueno, también por cinco minutos.

La señora GARCÍA BUENO

—Muchas gracias, señor presidente.

Bueno, la proposición no de ley que aquí se presenta y que reclama culminar la recuperación completa del Estadio de la Juventud en la ciudad de Granada forma parte del amplio catálogo de promesas incumplidas por el Partido Socialista de Andalucía. Que se vende humo, como bien decía en las campañas electorales, campaña tras campaña, pero pasan los años, y en este caso son 14 años, que es una cifra bastante considerable, y el humo, por desgracia, se queda en nada.

Son muchos los años que se llevan prometiendo y sin hacer nada finalmente año tras año.

Y es normal que la ciudadanía granadina se sienta engañada por la Junta de Andalucía, después de que se comprometiera en 2002 con aquel macroyecto que se presentó y que nunca se ejecutó, que después fue a mínimos con obras de mejora pero que luego se demoraban año tras año, y que catorce años después aún sigue sin cumplirse, aun cuando año tras año se incorpora una partida para ello en la Ley de Presupuestos, pero que nunca se ejecuta.

Creemos que a la sociedad granadina no se le puede seguir engañando con este asunto, entendemos que ya ha pasado suficiente tiempo y que este asunto ha de ser zanjado cuanto antes mejor.

Por todo ello, desde nuestro grupo parlamentario apoyamos esta proposición no de ley para que las obras de reforma del Estadio de la Juventud de Granada sean culminadas cuanto antes, a fin de que los granadinos y granadinas puedan disfrutar de estas históricas instalaciones deportivas en las condiciones que se merecen.

Además, no entendemos cómo una enmienda hace referencia a un año posterior, y se pone como excusa que no está presupuestado y que no se puede hacer. Entre otras cosas, como hacía mención anteriormente, ha habido un presupuesto año tras año que no se ha llegado a ejecutar, por lo tanto no es justificación decir ahora que no porque no hay presupuesto.

Y, además, me parece que debemos ser ambiciosos. Si fuera fijándonos en lo que está presupuestado, pues pocas iniciativas tendríamos que traer a partir de ahora a estas comisiones y a este Parlamento. Por lo tanto, creo que la ciudad de Granada se merece que se finalice esta obra cuanto antes mejor.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora García Bueno.

Y seguidamente tiene la palabra el portavoz del Grupo Socialista, el señor Castellano, por cinco minutos.

El señor CASTELLANO GÁMEZ

—Sí. Gracias, presidente. Señorías.

Bueno, voy a comenzar no sé si dando un consejo, pero por lo menos una recomendación, y es que cuando se habla de determinadas cuestiones está muy bien ser vehementes, está muy bien hacer grandes declaraciones, no solamente en la defensa con argumentos sino que a veces se hacen en la crítica, pero yo creo que hay que tener los pies en el suelo y ser razonables, sobre todo apelando a la responsabilidad que se ha de tener con aquellos a los que uno representa, y eso vale para el Gobierno pero también vale para la oposición. Y hoy aquí la señora Carazo ha hecho una exposición de las muchas a las que ya estoy acostumbrado a escucharla en distintos temas, siempre referidos a la Junta de Andalucía. Cuando lo hace así, claro, cuando lo hace al Gobierno de España no tiene ni mucho menos esa vehemencia ni tiene esas exigencias ni tiene esa rapidez en el cumplimiento de las cuestiones que plantea, por supuesto que no, todo lo contrario, todo se vuelve calma, tranquilidad, excusas.

Y ponía un ejemplo el compañero Funes, que es bastante ejemplificante y bastante significativo, el tema del aislamiento ferroviario de Granada, un aislamiento..., y usted ha sido concejala de Turismo y ya sabe la importancia que tiene el turismo y que tienen las comunicaciones para muchas cosas, pero entre otras también para el turismo, ¿no? Y estamos viviendo un aislamiento de más de seiscientos días de turismo, y esta vehemencia que hoy usted ha traído aquí contra el Gobierno de la Junta de Andalucía a mí me gustaría también que la tuvieran a la hora de exigir lo mismo, ¿no?, con la misma rapidez, porque le ha faltado decir que para qué el año 2017, si todavía nos queda..., hoy es el día 1 de diciembre de 2016, todavía nos queda un mes, lo mismo terminamos el Estadio de la Juventud en este mes. Hombre, yo creo que hay que ser razonables, independientemente de que yo no voy a quitarle la responsabilidad a un Gobierno que es verdad que en el tiempo ha demostrado..., o ha incumplido algunos de los plazos que ha dicho, y eso..., yo creo que también hay que asumir esa culpa, ¿no?, hay que asumirla y la asumimos y se asume, pero también con las justificaciones que habrá que decir de que no es un tema de dejadez, es un tema de que vivimos un marco presupuestario en unos años muy complicados y difíciles donde ha habido que tener otras prioridades, se han tenido otras prioridades y las hemos compartido incluso, creo, algunos de los grupos que estamos aquí, otros no estaban. Pero hemos compartido esas prioridades.

Y, claro, le decía mi compañera Mari Carmen Pérez que por qué no había tenido durante otros meses esa preocupación usted o su grupo político. Pues seguramente porque tendrían —voy a pensar bien— otras preocupaciones más prioritarias, igual desde la oposición que en el Gobierno, siendo conscientes de las necesidades y la urgencia que hay para una instalación de la necesidad y de la entidad que tiene..., y que es la Ciudad Deportiva de Granada, que nadie rechaza y que además yo creo que todos estaríamos de acuerdo hoy aquí en aprobar por unanimidad una proposición no de ley para que esta obra no tenga ya ningún parón más y que se continúe hasta su financiación cuanto antes. Pero el cuanto antes..., con los pies en el suelo y las manos en los papeles, en los proyectos y demás, sabemos que el cuanto antes no es el año que viene.

¿Cómo se va a culminar una obra de esta entidad, que requiere ni más ni menos que lo que ustedes bien saben, que es un pabellón, distintas salas de actividades, pistas de pádel, graderíos, otras pistas de fútbol, una piscina cubierta...? Es decir, sabemos toda esa cantidad de infraestructuras que hay, a ver..., y el que más y el que menos ha tenido alguna responsabilidad en obra pública, usted como concejala, otros como alcaldes y alcaldesas, y sabemos lo que dura y el tiempo que tarda una infraestructura. ¿Acaso somos tan desairados o desahogados como para venir aquí y decir: «No, mire usted, lo que no hemos hecho en el tiempo en que se

ha hecho y con las dificultades que ha habido lo vamos a hacer ya, y se va a hacer en 2017»? Eso sería engañarnos nosotros y engañar a la gente. Yo creo que de esa manera por lo menos no debemos hacer política, porque estaríamos tomándoles el pelo a aquellos a los que representamos, insisto.

Por tanto, nosotros somos partidarios, y lo vuelvo a repetir, de que aquí se hubiera aprobado —si quieren, a propuesta de ustedes, por qué no, han sido los que han traído la iniciativa— una resolución en la cual hubiéramos manifestado, y se lo he dicho personalmente a usted, que dice que no, que a estas alturas no. Pues muy bien, me parece bien, por tanto simplemente la voy a decir, aunque no voy a materializar la propuesta porque es aceite perdido. Por tanto, sí éramos partidarios de haber dicho que el Parlamento de Andalucía instaba al Consejo de Gobierno a la recuperación completa e ininterrumpida del Estadio de la Juventud en la ciudad de Granada y a contemplar las partidas presupuestarias necesarias para tal fin, así de claro. No podemos decir 2017, cuando sabemos que en 2017 se van a tener que redactar los proyectos y en 2018, cuando se inicien las obras, como también está previsto..., no sabemos si van a durar dos años o tres, y por tanto estaríamos desde ya incumpliendo.

Y, evidentemente, lo de las ratas..., y termino, porque le he escuchado a usted hablar de ratas varias veces. Supongo que se refiere a los roedores y se refiere a las que rodean el pabellón que está sin demoler allí. Esa es una cuestión que sí se va a acometer cuanto antes, y está previsto que se haga en el mes que viene, porque ya sí tiene una fecha real de contratación de la obra, la dotación presupuestaria de los más de doscientos mil euros necesarios y el plazo de ejecución para que sea a mediados del mes que viene, del primer mes del año 2017. Por tanto, será algo que se acometa también y que yo creo que es un motivo también de satisfacción, dentro de todo lo que aquí estamos hablando, el que se evite este peligro para que se puedan iniciar las obras.

Por tanto, esa es la postura de nuestro grupo: que se haga la ciudad deportiva, que se haga con la mayor rapidez, con las dotaciones presupuestarias, pero haciéndolo de una manera realista y no los brindis al sol que hoy pedimos a otros pero no los cumplimos nosotros.

Muchas gracias, presidente. Gracias, señoría.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Castellano.

Señora Carazo, tiene usted por tiempo de cinco minutos su intervención, y tiene que manifestarse sobre la enmienda *in voce* que ha hecho la portavoz del Grupo de Podemos. Y con la enmienda que también ha presentado el Grupo de Ciudadanos a la PNL, que usted conoce.

La señora CARAZO VILLALONGA

—Muchas gracias, señor presidente.

Bien. Empezar sobre el posicionamiento de las enmiendas, destacando que voy a rechazar tanto la que ha presentado *in voce* Izquierda Unida como la que ha presentado formalmente el Grupo de Ciudadanos.

Y decir que, valorando su disponibilidad para alcanzar un acuerdo en un asunto que es sensible y que nos importa mucho a los granadinos, este grupo, y sin vehemencia lo voy a hacer..., este grupo no va a ser cómplice de un nuevo engaño, y lo siento mucho. Pero si este grupo hoy apoya la sugerencia vía enmienda que me propone tanto Ciudadanos como el Partido Socialista, que ha dicho, bueno, que iba a caer en saco roto, sabía que así iba a ser, desde luego que este grupo no va a caer en la nueva trampa que propone el Gobierno andaluz, con la complicidad de Ciudadanos. Y sí, señor Funes, yo lo siento mucho, pero es que los presupuestos de 2016 y los presupuestos de 2017 los han aprobado ustedes. Yo no les echo la culpa de lo que ha pasado en Andalucía hace 20 años, eso todos los sabemos, ustedes ni existían y otros estábamos ya peleando por Granada y luchando por Granada. Les responsabilizo de lo que han hecho ustedes para aprobar los presupuestos, en este caso entiendo que con los ojos cerrados, de 2016 y de 2017, y esa sí que es su responsabilidad y la de su grupo.

Por cierto, les voy a dar otro motivo. No puedo aceptar ninguna de esas enmiendas porque esto viene de una moción que yo misma redacté y que ha sido aprobada por unanimidad en el Ayuntamiento de Granada el 28 de octubre de este año, hace dos meses. No me digan que esto llega tarde, precipitadamente, que esto es para retratarse. No, no, es que ustedes ya se han retratado y se retrataron en el Pleno de hace dos meses, cuando se estaba iniciando el debate de los presupuestos. Y el Gobierno andaluz tiene ese acuerdo encima de su mesa, el acuerdo de todos los grupos políticos que tienen representación y que aquí coincidimos en el Ayuntamiento, en el Pleno, de Granada. Luego hay un mandato de todos los grupos políticos, también de Ciudadanos, parece que hay un Ciudadanos en Granada, que defiende a Granada, y aquí su diputado granadino pues no está en esa línea. ¿Eso es útil? ¿Eso es hacer política útil, señor Funes? Eso es inútil, porque no se puede decir una cosa en Granada y en el Parlamento de Andalucía otra, y con la excusa de dónde lo quitamos. Mire usted, ¿usted gobierna, señor Funes? ¿Usted es el que tiene que tomar esa decisión? Para lo que quieren ustedes no gobiernan y para lo que quieren sí, incongruencia y contradicción, y así les va.

Y al Partido Socialista lo mismo, vota que sí su alcalde en el Ayuntamiento de Granada y aquí viene con la milonga de alargar esta historia dos años más. Incongruencia, señorías.

Luego yo no puedo aprobar ninguna de las enmiendas que me plantean porque hay un mandato municipal del Pleno del Ayuntamiento de Granada, de la ciudad de Granada, y que tiene el Gobierno andaluz encima de su mesa, como ustedes bien saben, desde el mes de octubre.

En este momento, en la misma estrategia y sin contradicciones, el Partido Popular hace lo mismo que ha hecho en el Ayuntamiento de Granada y en la ciudad de Granada, que es presentar esta iniciativa hoy. Y no me digan que tarde ni en saco roto y muerta, porque el Partido Popular ha registrado una enmienda para que figure ese presupuesto en 2017. Luego están ustedes a tiempo, aunque esté presentada como borrador la Ley de Presupuestos, de aprobar la enmienda en el debate presupuestario, dentro de dos plenos, señorías. No me digan ustedes que esto yo lo traigo fuera de tiempo y que no se puede hacer absolutamente nada más. Con su voto pueden ustedes aprobar que este proyecto vea la luz en 2017. Y, por cierto, haciendo caso a lo que han dicho todos y todas las granadinas a través de sus representantes en el Pleno del Ayuntamiento de Granada.

Eso sería ser coherentes, y eso sería acabar con las mentiras, sí, lo tengo que decir así, con las trampas y con la falsedad con que el Partido Socialista, y ahora con la complicidad de Ciudadanos, ha tratado este

asunto, engañando una vez tras otra. Y el nuevo engaño es que se deberían presupuestar en 2017 cuatro millones y medio de euros, y se presupuesta un millón de euros. ¿Eso no es un engaño, señorías?

¿Qué segunda fase? Y me dicen ustedes que vamos a ponernos de acuerdo para que se finalice en 2018, pero si presupuestan menos de lo que tenían comprometido en 2017. Y eso es Partido Socialista con Ciudadanos, no me digan que esta responsabilidad la tenemos otros. Este grupo ha hecho lo que tenía que hacer, traer esta proposición no de ley, elevar una moción en el Pleno del Ayuntamiento de Granada, acordar. Eso es útil, señorías, acordar, consensuar, que este proyecto es básico e importante para la ciudad de Granada. Y traer esta iniciativa hoy.

Y hemos hecho nuestro trabajo con la enmienda a los presupuestos, como por cierto lo hicimos el presupuesto pasado, el presupuesto de 2016, que también ustedes rechazaron con su voto. Luego no me digan que en 2016 no hicimos nuestro trabajo, cuando hace un año pregunté al consejero. En 2016 ustedes, todos los grupos que están aquí sentados, rechazaron la enmienda del Partido Popular que presupuestaba la primera fase para su ejecución en el presupuesto de 2016. Todos ustedes, Izquierda Unida también. Que, por cierto, siempre se le olvida que ha formado parte del Gobierno andaluz durante tres años, y responsabilidad ha tenido, puesto que se ha sentado en el Consejo de Gobierno. Luego también lo tenía que decir esta mañana, que no se puede ir de rositas cada vez que habla. Tampoco ha sido capaz Izquierda Unida de impulsar este proyecto, y ha participado de ese engaño que arrastra tantos años.

Por tanto, seguimos pidiendo y reclamando que el Estadio de la Juventud se culmine de una vez por todas y que se acabe con esta trampa y con esta mentira, este engaño al que nos han sometido a la ciudad de Granada el Gobierno andaluz y la Junta de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien. Muchas gracias, señora Carazo.

Bueno, vamos a someter a votación las dos PNL defendidas por los portavoces del Partido Popular... Señorías, ¿por qué no atienden ustedes un momento? Y vamos a terminar ya, nos quedan ya dos o tres minutos nada más. Mira qué bien.

El señor FUNES ARJONA

—Iba a decirle, señor presidente, con su permiso...

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Sí, perdón. Señorías.

El señor FUNES ARJONA

—Solicitar la votación por puntos en la primera proposición no de ley.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Yo iba... Si me permiten un momento, yo iba a ver...

Es decir, la primera PNL, relativa a campos de césped artificial de Huelva, tenía que pronunciarse..., no he entendido bien si aceptó usted las enmiendas, si ahora ya no las acepta, en función a cómo se ha desarrollado el debate. Entonces, necesito saber, necesitamos saber, la Mesa, si usted acepta las enmiendas o no, la *in voce* de Izquierda Unida y la presentada por escrito y registrada por el Grupo de Ciudadanos.

El señor GARCÍA DE LONGORIA MENDUIÑA

—Sí. Muy rápidamente, señor presidente.

Las de Podemos las aceptamos. Y tenemos una duda ante la de Ciudadanos, si es o de modificación o de adición. Y eso es lo que quiero que el portavoz de Ciudadanos me aclare, si me va a sustituir el punto 3 con estas enmiendas, o al punto 3, de fijar un calendario de inicio de las actuaciones contempladas en este estudio, se le suma la enmienda de Ciudadanos. Eso es lo que quiero que me aclare el portavoz de Ciudadanos.

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Era de modificación.

El señor GARCÍA DE LONGORIA MENDUIÑA

—En cualquier caso, no se la acepto.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien.

¿Y la *in voce*?

[Intervención no registrada.]

De Podemos y de Izquierda Unida había..., creo que era. No, no, de Izquierda no, de Podemos eran los dos, perdón. Bien, esas sí las acepta, ¿no?

[Intervención no registrada.]

Bien. Vamos a someter entonces... Señorías, atiendan ustedes un momentito. Vamos a someter entonces la primera PNL, que se trataría de votar la PNL presentada, la proposición no de ley presentada por el Partido Popular, con la incorporación de las dos enmiendas *in voce* de Podemos, puesto que no estaríamos incluyendo la de Ciudadanos, porque no la ha aceptado el portavoz.

Por tanto, ¿votos a favor de la proposición no de ley?

[Intervención no registrada.]

La del césped artificial de Huelva.

¿Votos en contra? ¿Abstenciones?

[Intervención no registrada.]

Vamos a tener que tirar una moneda a lo alto, creo yo. Vamos a someter otra a votación...

[Intervención no registrada.]

¿Ah, sí? Claro.

[Intervención no registrada.]

Entonces... Efectivamente, queda aprobada la... Que creía yo que había que tirar una moneda y no es así, el Reglamento establece que queda por el voto ponderado aprobada la proposición no de ley, a pesar del empate, siete, siete, dos.

[Intervención no registrada.]

Muchas gracias al señor letrado. Por lo tanto, lo dicho, queda aprobada la proposición no de ley presentada por el Grupo Popular en relación con el césped artificial de los campos de Huelva.

Vamos a someter la segunda proposición no de ley, relativa al Estadio de la Juventud. En este caso, la vamos a someter a votación tal como la presentó el Partido Popular, porque no ha aceptado ninguna de las enmiendas.

Por lo tanto, ¿votos a favor? ¿Votos en contra? ¿Abstenciones?

[Intervención no registrada.]

En este caso, tenemos rechazada la proposición no de ley.

Muy bien. Señorías, ya que hemos estado hablando mucho de deportes, permítanme ustedes decir que este fin de semana gane el Madrid al Barcelona, que no...

[Risas.]

Que necesitamos nueve puntos de diferencia.

[Se levanta la sesión.]

