

DIARIO DE SESIONES

D S P A

DIARIO DE SESIONES

PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

COMISIONES

Núm. 486

X LEGISLATURA

1 de marzo de 2018

Presidencia: Ilmo. Sr. D. Luis Pizarro Medina

Sesión celebrada el jueves, 1 de marzo de 2018

ORDEN DEL DÍA

COMPARECENCIAS

10-17/APC-000866. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de dar cuenta de las actuaciones llevadas a cabo por el Gobierno andaluz con el fin de poner en marcha un plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-18/APC-000234. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre relevancia del Turismo Astronómico-Astro Turismo en Andalucía, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-18/APC-000247. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre estudio relativo a la estructura del tejido empresarial turístico de Andalucía, 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. María Teresa Jiménez Vilchez, del G.P. Socialista.

10-18/APC-000248. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la firma de los convenios de colaboración con los ocho patronatos provinciales para 2018, presentada por los Ilmos. Sres. D. Mario Jesús Jiménez Díaz, D. José Muñoz Sánchez, Dña. María Luisa

Bustinduy Barrero, Dña. Carmen Dolores Velasco González, Dña. María Nieves Ramírez Moreno y Dña. María Teresa Jiménez Vílchez, del G.P. Socialista.

PREGUNTAS ORALES

10-16/POC-001789. Pregunta oral relativa a turismo accesible en Andalucía, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

10-17/POC-000309. Pregunta oral relativa a turismo sostenible Comarca Sierra Sur de Jaén-Tierra de Romance y Leyenda para la construcción de hotel balneario en Frailes, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

10-17/POC-001806. Pregunta oral relativa al Estadio de la Juventud en Granada, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Francisca Carazo Villalonga, del G.P. Popular Andaluz.

10-18/POC-000284. Pregunta oral relativa a fortalecimiento turismo de ferias y congresos, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

10-18/POC-000285. Pregunta oral relativa al estado de la tarjeta Turístico Cultural, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

10-18/POC-000353. Pregunta oral relativa a programación de la Real Escuela de Arte Equestre, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero y D. Luis Pizarro Medina, del G.P. Socialista.

10-18/POC-000354. Pregunta oral relativa a campaña promoción Almería en camiones transporte hortícola, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero y Dña. Adela Segura Martínez, del G.P. Socialista.

10-18/POC-000355. Pregunta oral relativa a regulación viviendas de uso turístico, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero y Dña. Carmen Dolores Velasco González, del G.P. Socialista.

PROPOSICIONES NO DE LEY

10-18/PNLC-000018. Proposición no de ley relativa a inclusión del logo Best in Travel 2018 -Sevilla- en las promociones turísticas de Andalucía, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-18/PNLC-000052. Proposición no de ley relativa a creación de un Plan de Turismo Joven en Andalucía, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 486

X LEGISLATURA

1 de marzo de 2018

10-18/PNLC-000063. Proposición no de ley relativa a declaración de interés turístico del Camino de Santiago en Andalucía, presentada por el G.P. Podemos Andalucía.

10-18/PNLC-000064. Proposición no de ley relativa a recuperación y puesta en valor de la vía verde de Sierra Morena, Córdoba-Cerro Muriano, presentada por el G.P. Podemos Andalucía.

SUMARIO

Se abre la sesión a las diez horas, cuatro minutos del día uno de marzo de dos mil dieciocho.

COMPARECENCIAS

10-17/APC-000866. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de dar cuenta de las actuaciones llevadas a cabo por el Gobierno andaluz con el fin de poner en marcha un plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz (pág. 8).

Intervienen:

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

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

10-18/APC-000234. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre relevancia del Turismo Astronómico-Astro Turismo en Andalucía (pág. 16).

Intervienen:

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

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

10-18/APC-000247. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre estudio relativo a la estructura del tejido empresarial turístico de Andalucía (pág. 23).

Intervienen:

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

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

10-18/APC-000248. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la firma de los convenios de colaboración con los ocho patronatos provinciales para 2018 (pág. 30).

Intervienen:

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

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

PREGUNTAS ORALES

10-17/POC-000309. Pregunta oral relativa a turismo sostenible en la Comarca Sierra Sur de Jaén-Tierra de Romance y Leyenda para la construcción de hotel balneario en Frailes (pág. 34).

Intervienen:

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

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

10-18/POC-000284. Pregunta oral relativa a fortalecimiento turismo de ferias y congresos (pág. 37).

Intervienen:

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

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

10-18/POC-000285. Pregunta oral relativa al estado de la tarjeta de la Turístico Cultural (pág. 40).

Intervienen:

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

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

10-18/POC-000353. Pregunta oral relativa a programación de la Real Escuela de Arte Ecuestre (pág. 43).

Interviene:

D. Luis Pizarro Medina, del G.P. Socialista.

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

10-18/POC-000354. Pregunta oral relativa a campaña promoción Almería en camiones transporte hortícola (pág. 46).

Intervienen:

Dña. Adela Segura Martínez, del G.P. Socialista.

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

10-18/POC-000355. Pregunta oral relativa a regulación viviendas de uso turístico (pág. 49).

Intervienen:

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

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

10-16/POC-001789. Pregunta oral relativa a turismo accesible en Andalucía (pág. 52).

Intervienen:

Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

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

10-17/POC-001806. Pregunta oral relativa al Estadio de la Juventud en Granada (pág. 56).

Intervienen:

Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

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

PROPOSICIONES NO DE LEY

10-18/PNLC-000018. Proposición no de ley relativa a inclusión del logo Best in Travel 2018 -Sevilla- en las promociones turísticas de Andalucía (pág. 59).

Intervienen:

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

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

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

D. Luis Pizarro Medina, del G.P. Socialista.

Votación: rechazada por 5 votos a favor, 10 votos en contra, ninguna abstención.

10-18/PNLC-000052. Proposición no de ley relativa a creación de un Plan de Turismo Joven en Andalucía (pág. 65).

Intervienen:

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

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

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

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

Votación: aprobada por unanimidad.

10-18/PNLC-000063. Proposición no de ley relativa a declaración de interés turístico del Camino de Santiago en Andalucía (pág. 73).

Intervienen:

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

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 486

X LEGISLATURA

1 de marzo de 2018

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

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

Dña. Carmen Dolores Velasco González, del G.P. Socialista.

Votación del punto 5: aprobado por 8 votos a favor, ningún voto en contra y 7 abstenciones.

Votación del resto de puntos: aprobados por unanimidad.

10-18/PNLC-000064. Proposición no de ley relativa a recuperación y puesta en valor de la vía verde de Sierra Morena, Córdoba-Cerro Muriano (pág. 80).

Intervienen:

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

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

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

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

Votación: aprobada por unanimidad.

Se levanta la sesión a las catorce horas, veintiocho minutos del día uno de marzo de dos mil dieciocho.

10-17/APC-000866. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de dar cuenta de las actuaciones llevadas a cabo por el Gobierno andaluz con el fin de poner en marcha un plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías, buenos días.

Vamos a comenzar la reunión de la comisión. El primer punto del orden del día son comparecencias del señor consejero.

La primera es una comparecencia del Partido Popular, relativa..., a fin de que el consejero informe y dé cuenta de las actuaciones llevadas a cabo por el Gobierno andaluz con el fin de poner en marcha un plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz.

El señor consejero tiene la palabra.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente. Señorías. Buenos días a todos y a todas.

Darles..., tras el feliz Día de Andalucía que vivimos ayer. Y pasamos a presentar esta comparecencia sobre el plan turístico de divulgación del patrimonio industrial.

Creo que la apuesta de la Consejería de Turismo y Deporte por los segmentos de turismo industrial es clara, es clara como reflejan nuestros planes de trabajo, tanto los elaborados con el objetivo de marcar las estrategias, como son los planes estratégicos, como los que concretan las acciones a desarrollar para cumplir esos objetivos con carácter temporal, que son los planes de acción.

Así, en el plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 se recoge un profundo diagnóstico sobre su situación en Andalucía. En el plan de acción de esta consejería para 2018 se fijan acciones concretas de promoción dirigidas a dicho segmento. Y el III Plan de Calidad Turística de Andalucía, concretamente en las líneas que se refieren al eje estratégico de excelencia, en su programa número 7 apoya al segmento turístico emergente, como es el caso.

En este sentido, dicho plan recogía las acciones siguientes: impulsar y desarrollar proyectos vinculados a segmentos turísticos emergentes, como puede ser el turismo industrial; en segundo lugar, llevar seguimiento provincial de las distintas iniciativas y proyectos que surjan sobre turismo industrial, y participar activamente en aquellos eventos de referencia vinculados al turismo industrial, en colaboración con los órganos públicos y privados competentes. Proteger, conservar y poner en valor nuestro rico patrimonio industrial es un objetivo para el Gobierno andaluz en su totalidad y no solo para esta consejería, así como lo es trabajar en pro de su puesta en marcha como recurso turístico.

Desde la Consejería de Turismo y Deporte estamos convencidos de que en Andalucía el patrimonio industrial como segmento turístico tiene un enorme potencial, pudiendo llegar a ofrecer grandes oportunidades como recurso turístico. El turismo industrial es cultura, significa viajar en el tiempo para conocer nuestras raíces y nues-

tra historia, y permite a muchas poblaciones andaluzas la posibilidad de sacar partido o devolver otra vida a sus industrias, en muchos casos declaradas Bien de Interés Cultural, como el caso de la cuenca minera de Riotinto, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, como los caleros de Morón. Somos conscientes de que es una actividad capaz de regenerar áreas degradadas, incrementar los beneficios económicos y mantener viva la memoria de un pasado productivo, un pasado técnico y un pasado social, que además en algunos sitios aún pervive.

Pero, además, es un recurso turístico que se adapta a la perfección a las últimas tendencias, a las del turismo experiencial, pues se trata de un turismo de sensaciones, de vivencias, de viajes, un turismo que viaja del pasado..., que viaja al pasado desde el presente. Además, este tipo de turismo repercute en nuestras industrias vivas doblemente. Por un lado, ayuda a potenciar la economía de las mismas, divulgando su modo de producción y su producto, en una clara acción de marketing. Y por otro, genera una actividad económica complementaria a dicha producción, la actividad del ocio.

Para convertir el patrimonio industrial en recurso turístico, la Consejería de Turismo, a través del programa Innovar en Segmentos, entre otras actuaciones realizó unos estudios sobre turismo industrial en Andalucía, fruto de los cuales se elaboraron las guías de catalogación y difusión de las experiencias de turismo industrial de las ocho provincias andaluzas, guías que les muestro y que pongo a su disposición, que no solo tienen una versión en papel sino que también tienen conexión con QR, con códigos QR, para poder bajar las guías a los diferentes formatos y a los diferentes dispositivos conectados a Internet, a través de cuya lectura, de estas guías, pueden de forma clara los turistas leer y acceder a una información clasificada por sectores, que les permita organizar su propio viaje y además su experiencia con el turismo industrial. Además, en un formato adaptado a las nuevas formas que el consumidor utiliza para informarse sobre los productos, pues para acceder a las guías solo tiene que entrar en la web de la consejería o de andalucia.org y descargárselo.

Pero, además de estas guías y su promoción, señalar que el turismo industrial está plenamente presente en los planes de acción de esta consejería, y lo está mediante acciones de promoción que van desde ferias turísticas, acciones al consumidor, acciones inversas, incluso complementando a otras acciones, como ocurre, por ejemplo, en la octava edición de la Bike Race, cuyo trazado discurre en una de sus etapas por el distrito minero de Linares para poner en valor este patrimonio.

Señorías, son multitud los proyectos que en colaboración con otras administraciones, como los patronatos provinciales, o incluso con entidades privadas hemos..., y estamos impulsando relacionados con este segmento, y que van desde el Museo del Dique en Cádiz, la Peña de Hierro en Nerva o la cuenca minera de Riotinto. La promoción de la aldea calera de Morón, con ese reconocimiento del patrimonio de la Unesco, a través de nuestro proyecto de Andalucía Huella Universal.

El proyecto en el que estamos trabajando está en colaboración... También hay un proyecto en el que estamos trabajando en colaboración con la Consejería de Turismo de Extremadura, y que también abarca ambos territorios, poniendo en valor la parte extremeña y la parte de la Sierra Norte andaluza, y con ello también su pasado minero.

Pero también en la acción específica del convenio firmado con el Patronato de Almería para 2018, centrada en turismo industrial, segmento con una gran proyección para la provincia gracias a la industria de la piedra y la agricultura. O la puesta en valor de la industria aeronáutica andaluza a través de la apertura del centro del visitante recientemente inaugurado por Airbus y cuya visita tenemos programada para las próximas fechas, por ponerles ejemplos de los más recientes.

Por otra parte, también quiero resaltar que existe un turismo industrial vinculado al patrimonio de la industria agroalimentaria, con gran fortaleza en nuestra región, y que afortunadamente va en aumento gracias al buen trabajo de los profesionales y de la coordinación con las administraciones. Y este turismo cuenta con un amplio apoyo del Gobierno andaluz, a través de esta consejería. Sí, nuestra industria agroalimentaria está presente en todos los grandes eventos promocionales a los que asistimos, como la ITB, la Feria de Bilbao, la World Travel Market o Fitur.

Pero no solo estamos presentes en los grandes eventos. Esta consejería ha promocionado y colaborado con eventos como la Feria del Mantecado y el Anisado de Rute, el Festival Tío Pepe o el Málaga Gastronomy Festival, eventos que unen cultura y la gastronomía y la promoción de los productos agroalimentarios..., o sea, de la industria agroalimentaria como una forma de ponerlo en valor.

Por otro lado, dentro de lo que podemos llamar también como patrimonio industrial relacionado con la agroalimentación, creo que merecen especial atención los recursos turísticos relacionados con la aceituna y el aceite, cuyo protagonismo es cada vez más importante, y al que desde esta consejería estamos dedicando un gran apoyo, como demuestra también la promoción diseñada en torno al oleoturismo y la reciente declaración de la fiesta de interés turístico de Andalucía a la fiesta del aceite en Martos, con lo que ello significa.

Señorías, no cabe duda de que nuestro patrimonio industrial, entendido como segmento turístico, está en claro crecimiento. El auge que está experimentando como atractivo turístico está siendo un peso fundamental, situándolo como un aspecto muy valorado por los turistas, pues se trata de vivir y conocer experiencias, y vivir experiencias únicas que les hagan sentir que el destino en el que están es especial y diferente a su día a día en sus países de origen. Y eso, eso, es lo que buscan los turistas. Y, en este contexto, el turismo vinculado al patrimonio industrial tiene una gran importancia.

En definitiva, los gustos de los consumidores nos están mostrando claramente la importancia de la industria como un recurso turístico y, por tanto, es indudable la obligación que tenemos como Administración de potenciar este segmento como un atractivo más del turismo andaluz; una obligación en la que nos vemos acompañados de otras Administraciones, pero también de la iniciativa privada, una obligación en la que nos vemos acompañados haciendo que el turismo en Andalucía se adapte a los nuevos tiempos, a las nuevas formas y, sobre todo, ponga en valor el turismo como una forma de desarrollo y de creación de riqueza y empleo.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Ahora tiene la palabra el portavoz del Grupo Popular, el señor Raynaud.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señor presidente.

Gracias, señor consejero, por su intervención. Intervención que no es, o no ha sido muy distinta a la que tuvo usted en esta misma cámara, el 14 de junio del pasado año, también en una comparecencia a petición del Gru-

po Popular y de su portavoz, para informar sobre el turismo gastronómico e industrial de Andalucía, en su doble vertiente y, sin ningún género de duda, ciertamente vinculada, como usted se encargó y la propia intervención, de llegar y de exponer la relación directa entre ese turismo gastronómico y el turismo industrial en Andalucía.

Y, sin ningún género de duda, en aquella época pues eran, de alguna manera, sus palabras, pues..., diríamos de coincidencia en la necesidad de esa potenciación del turismo industrial en las ocho provincias andaluzas, con nuestro requerimiento de ese esfuerzo de potenciar ese turismo con una doble intención: en primer lugar, con evitar la estacionalidad, porque evidentemente, para la visita del patrimonio industrial o de una determinada ruta industrial, la estacionalidad no es ningún inconveniente —siempre habrá posibilidades, en cualquier época del año, el poder realizar una visita interesante para un visitante de patrimonio industrial, en verano o invierno, haga calor o haga frío—, y también en el sentido de la diversificación. Y si la visita del turismo industrial lleva de la mano ese turismo gastronómico, mejor que mejor. Por lo tanto, nosotros coincidimos en su apreciación general y en las palabras que usted acaba de manifestar.

Pero, con independencia de esa comparecencia suya del 14 de junio del 2017, señor consejero, a mí me gustaría recordarle también una proposición no de ley que trajo nuestro grupo a la Cámara, y cuyo título es: Rutas de turismo industrial en Andalucía. Y tuvimos la oportunidad de debatirla, pues, un año antes, el 14 de julio del año 2016. Luego, prácticamente, entre su comparecencia anterior y la proposición no de ley había transcurrido un año entre una y otra. Mi compañera Rosario Alarcón tuvo, en esa intervención de su comparecencia del pasado año, de alguna manera, la delicadeza de pasar de puntillas sobre, diríamos, el contenido, el fondo de esa proposición no de ley de rutas de turismo industrial en Andalucía. Es verdad que ya nos estamos acostumbrando en esta cámara, a lo largo de esta última legislatura, que el hecho de que la aprobación de una proposición no de ley pues prácticamente vincula cero, absolutamente cero, al equipo de Gobierno... los acuerdos que se adoptan en esta cámara. Da igual que una proposición no de ley decaiga, o vea que no es aprobada por la mayoría, da igual que se puede aprobar por una mayoría, incluso, lo que es peor, da igual el que se apruebe por unanimidad con el apoyo, incluso, del grupo que sustenta al Gobierno.

Y fíjese que, en aquella ocasión, la proposición no de ley que presentó mi grupo, y que yo tuve el honor de defender, decía en el *petitum*, lo clasificada en tres apartados: en primer lugar, «poner en marcha un plan turístico de... —plan turístico—, de divulgación del patrimonio industrial andaluz que abarque las medidas necesarias desde el punto de vista de catalogación por sectores, agrupación y diseño de recorridos por provincias o comarcas, y la divulgación del mismo a nivel autonómico, nacional e internacional». Por lo tanto, ese primer punto iba mucho más allá de lo que es, exclusivamente, la elaboración de esas guías que se están haciendo, esas guías uniprovinciales, que nos consta que se están haciendo, y que, a lo que íbamos, al acuerdo, era a ese plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz. Por lo tanto, era de alguna manera, y siendo consciente de las posibilidades que tiene este turismo y de la riqueza patrimonial que tenemos, el subir un peldaño, lo que es la elaboración de esos catálogos.

El segundo punto que se aprobó por unanimidad en esta cámara y en esta comisión fue «dotar de una partida suficiente, en los próximos presupuestos de la Junta de Andalucía para 2017, que permita su puesta en marcha». Ya en ese debate del 2017 conocíamos los presupuestos de la Junta de Andalucía para el año 2017 y, ciertamente, no había el más mínimo rastro de esa partida específica, concreta, para especificar, diríamos, una ayuda suficiente en el ejercicio del año 2017. Es más, en ese debate al que hago mención, de la

proposición no de ley, la portavoz del Partido Socialista hablaba en concreto de que «en el ejercicio 2016 se ha destinado a esta acción la cantidad de 60.000 euros para la contratación de las cuatro guías de Córdoba, Granada, Jaén y Málaga, que se difundirán mediante los códigos QR». Por lo tanto, estábamos hablando que a lo máximo que se iba a llegar son cuatro catálogos, a 15.000 euros por catálogo.

Nosotros, sin embargo, repito, ya en el año 2017, pues brillaba por su ausencia ese apoyo a ese plan turístico de divulgación del patrimonio industrial. Pero es que es más, señor consejero: en la memoria del presente año, es decir, en el presupuesto de este año, que ustedes han aprobado con el apoyo del Grupo de Ciudadanos, en la página 801 del presupuesto, y en la memoria económica de su consejería, dice literalmente el presupuesto: «Recientemente, han empezado a despuntar una serie de segmentos, o microproductos, con importantes perspectivas de desarrollo socioeconómico, prestando esta dirección general especial atención al turismo industrial y al turismo gastronómico». Esas son, esas tres líneas sucintas son las que hace referencia los presupuestos, y en lo concerniente a su consejería, en materia de apoyo al turismo industrial, sin que —repito— vuelva a aparecer ni un solo euro específicamente para dar cumplimiento —repito por enésima vez— a esta proposición no de ley, aprobada de fecha de 20 de mayo del 2016, y aprobada en junio del 2016.

Y en línea, y tercer punto, de esta proposición no de ley, con lo que usted, de alguna manera, ha mencionado también, aunque sea colateralmente, la necesidad de establecer los correspondientes convenios de colaboración con las distintas administraciones y entidades públicas o privadas, que permitan incluir sus patrimonios industriales en el listado de posibles edificios a formar parte de esas citadas rutas de turismo industrial.

Con esto, señor consejero, lo que le quiero decir es que están muy bien las intenciones, y están muy bien esas declaraciones de intenciones, pero que creo que es conveniente que pasemos de las musas al teatro; es decir, el apoyo tiene que tener, ciertamente, una solidez, y tiene que estar sustentado no solamente en esa voluntad política, sino en ese soporte económico y financiero de apoyar firmemente ese turismo industrial, que lo decimos absolutamente convencidos, en la necesidad, —y, además, lo estamos diciendo—, en un momento en el que la ola, de alguna manera, del turismo en nuestra tierra pues está siendo absolutamente favorable, y que aprovechando, de alguna manera, el que nuestro país está de moda, nuestra comunidad está de moda, pues el llegar y el ser capaces de elaborar, de alguna manera, ese plan turístico específico de divulgación del patrimonio industrial andaluz.

Yo veía con muchísima satisfacción que algunas instituciones, por ejemplo, las diputaciones provinciales establecen una serie de premios a este tipo de turismo en las distintas provincias, con una división, que yo creo que además es muy interesante, que son los premios para el patrimonio vivo y para el patrimonio muerto. Esa división en la cual usted puede ir y comprobar ese patrimonio de empresas que están produciendo en estos momentos y que, por tanto, se puede ser partícipes de esa comprobación de la cadena productiva e incluso la compra de los productos directamente que se llevan a cabo en esa industria —termino inmediatamente, señor presidente— o ese turismo muerto..., perdón, ese patrimonio muerto, en el cual lo que sea de alguna manera es comprobar lo que fue, que ya no es, pero que evidentemente se mantiene y se divulga suficientemente.

Por lo tanto, señor consejero, termino mi intervención, reiterándole que no solamente tienen que ser declaraciones sino llevar a cabo una política efectiva, que no efectista, de divulgación de nuestro patrimonio turístico industrial.

Muchas gracias, señor presidente.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Raynaud.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente. Señorías. Señor Raynaud.

Quizás empiece por lo que usted ha terminado. Precisamente porque buscamos una política eficiente y no efectista es por lo que estamos apostando por el turismo industrial como un recurso no solo para Andalucía sino para cada uno de los territorios también, como un recurso de colaboración entre los territorios y la comunidad autónoma.

Mire usted, desde la consejería se ha planteado el turismo industrial como una parte de lo que tiene que ser la promoción de Andalucía. El turismo es un mosaico, un mosaico que lo componen teselas distintas, donde cada uno de los atractivos que pueda tener Andalucía tienen un desarrollo por parte de los planes de acción y por parte de los planes estratégicos, un desarrollo donde le da la importancia que puede tener en su momento y en cada uno de los territorios.

Y es, por tanto, por lo que el turismo industrial tiene esa labor transversal, tiene esa función transversal de poner en valor, y estoy con usted, en ese patrimonio, yo más que muerto diría un patrimonio histórico o un patrimonio no en uso, pero que puede tener una nueva vida. Y eso lo estamos viendo en experiencias como la que se están desarrollando en los conjuntos mineros de Linares o en los conjuntos mineros de la cuenca minera de Riotinto, o que se están desarrollando poniendo en algunas zonas que no son artes en desuso, pero que sí son artes tradicionales, como la que podemos obtener para potenciar la almadraba de Barbate, la pesca de almadraba de Barbate, las salinas que tenemos en muchas de nuestras costas o el trabajo de la piedra en algunos de los puntos en Almería.

Pero esto no tiene que ir forzosamente armado de un plan específico sino que lo que tiene que tener es presencia en cualquiera de los planes que desarrollamos desde la consejería.

La importancia que tienen planes o programas específicos, como puede ser los Oleotour, la puesta en valor de todas las almadrabas y la puesta en valor también del aceite a través de la concepción del mismo, o de cómo la elaboración del mismo, o de cómo se maneja el olivo, cómo se maneja el cultivo del olivo de nuestras tierras, o cómo somos capaces de poner en valor los procesos que pueden tener la dehesa o el trabajo con nuestra ganadería, por parte por ejemplo, en Aracena con el Museo del Jamón. Todo eso conlleva un trabajo que se contempla de manera transversal en todos nuestros programas y en nuestros planes.

Por lo tanto, creo que en ese primer punto que usted decía de esa PNL, por lo pronto, le puedo decir que no hay ninguna comunidad autónoma con la riqueza de catalogación y de guía que tiene Andalucía con las ocho vías de cada una, con la guía de cada una de las ocho provincias de Andalucía.

Pero no solo eso, sino que cuando hacemos difusión, por ejemplo, de algunas de nuestras fiestas, como puede ser la Semana Santa, recurrimos a usar también todas esas labores industriales que están en torno a la Semana Santa, como labores artesanales, labores tradicionales, se mantienen gracias al mantenimien-

to de nuestras tradiciones o en el entorno de nuestras tradiciones. O hacer de una forma integral el concepto de lo que tiene que ser el turismo industrial, poniendo en valor, por ejemplo, ese centro de visitantes y de interpretación que ha puesto Airbus para el A-400 M.

Todo eso tiene el apoyo por parte de la Junta de Andalucía, y, ya digo, la colaboración con las distintas administraciones. Poner en valor la ruta por los invernaderos, como se va a poner en Almería, para poner en valor lo que significa eso como industria agroalimentaria, pero también lo que significan los invernaderos como forma de hacer, que sea compatible con la ecología o con el mantenimiento, o con el consumo del agua razonable y eficiente, para conseguir también estar apoyado por esta consejería.

Yo creo que en definitiva esa PNL se le dio cumplimiento, se le ha dado cumplimiento destinando recursos y destinando también protagonismo dentro de nuestra planificación. Y creo que, en ese sentido, la consejería hace una apuesta por el turismo industrial al igual que la hace por otro tipo de segmentos turísticos, pero que no tenemos que tener los segmentos turísticos como si fueran teselas separadas fuera de ese mosaico general, que es el turismo en Andalucía, sino que tenemos que tener claro que todo está entrelazado, que todo tiene un efecto sistémico, que todo depende de todo, y que nosotros, desde Andalucía, con los planes, ya digo, estratégicos marcados, donde se marcan las líneas estratégicas [...] con los planes de acción están representados suficientemente el turismo industrial.

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señor Raynaud, tres minutos.

El señor RAYNAUD SOTO

—Sí, señor consejero.

Yo le vuelvo a insistir, pero me quedo con una frase que ha dicho usted y que precisamente en esa proposición no de ley lo dejábamos bien claro. No son teselas aisladas, sino que es un mosaico global. Y precisamente fíjese que el punto primero de nuestra proposición no de ley decía poner en marcha un plan turístico de divulgación del patrimonio industrial andaluz, que es lo que estábamos pretendiendo precisamente. Pues el darle fuerza a esos trabajos individualizados de esos catálogos, esas guías turísticas industriales de las provincias, y por lo tanto a lo que le instamos es que su consejería no se quede en eso. Es decir, el apoyo no tiene que ser exclusivamente la elaboración de la guía sino dar un paso más. Y, obviamente, si hay que dar un paso más tiene que tener una dotación económica mínima. Ya le he dicho que me parece que destinar 15.000 euros por provincia en el año 2016 no es para echar las campanas al vuelo. Por lo tanto, de alguna manera que se manifieste claramente ese apoyo financiero.

Y, luego, un tema que sí que es importante, cuando evidentemente hayamos plasmado en esa labor de transversalidad, que es verdad que fundamental, porque en un momento determinado pues bueno esa labor de divulgación de un patrimonio industrial, de una almadraba, o de una salina, o de una industria jamonera,

pues qué duda cabe que puede tener y debe tener una relación de transversalidad con alguna otra consejería, con alguna otra institución y con las actividades privadas.

Pues bien, eso se puede manifestar en esos convenios de colaboración. Nosotros nos alegraríamos que, en cumplimiento de ese mandato de este Parlamento, pues, bueno, dijéramos: pues mire usted, aquí hay equis convenios de colaboración que se han firmado, porque estamos verdaderamente convencidos de este producto que somos capaces de vender, y se ha plasmado en esta firma de convenio.

A día de hoy, ni ha habido financiación hasta la presente, ni ha habido ningún convenio de colaboración entre administraciones y entidades públicas. Y, evidentemente, por lo que acabamos de llegar y de comprobar, las acciones se han limitado a la elaboración, distribución y divulgación de esas guías industriales. Y nosotros, desde nuestro grupo, le pedimos, señor consejero, que la acción de su consejería vaya a más que la edición de estas guías turísticas industriales.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Perdone, señor Raynaud. Me voy a adelantar a una pregunta que tengo, una comparecencia que tengo posterior, pero le tengo que decir solo una cosa y, además, le pueden informar también algunos de los gobiernos que son de su partido político para darle información sobre esto que usted dice.

Convenio entre la Junta de Andalucía y la Diputación de Almería. Acciones especiales con cargo al presupuesto 2018 de Turismo y Deporte de Andalucía. Acción: Turismo industrial, presupuesto, 175.000 euros, aportados por esta consejería. Convenio entre la Diputación de Jaén y la Junta de Andalucía; Promoción de Oleotour. Acciones especiales con cargo al presupuesto 2018 de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Oleotour, eso que les explicaba de las almazaras y el aceite: 120.000 euros. Con Prodetour Sevilla, acciones especiales con cargo al presupuesto de 2018. Turismo gastronómico, 75.000 euros.

Si solo apelamos al apellido de Industrial o el de Oleotour, son 295.000 euros, que ponemos en convenio solo con esas dos administraciones para promocionar el turismo industrial. Creo que eso va más allá de los 15.000 euros que usted dice por provincia. Creo que solo en estas dos provincias tenemos una apuesta por lo que tienen, por lo que tienen los territorios a la hora de planificar sus propias necesidades, en su propio poner en valor sus propios recursos. Y creo que aquí sí está la colaboración de la Junta de Andalucía, y estamos apostando por el turismo industrial y por lo que ello significa.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-18/APC-000234. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre relevancia del Turismo Astronómico-Astro Turismo en Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con el orden del día. La siguiente comparecencia, también del Grupo Popular, a fin de informar sobre relevancia de Turismo Astronómico-Astro Turismo en Andalucía.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señorías, uno de los grandes logros del sector turístico en los últimos años, del sector turístico andaluz en los últimos años, es tener una amplia oferta en su destino, saber diversificarla y poder construir una oferta complementaria de calidad. El turismo andaluz está creciendo para mejorar su oferta en calidad, en variedad, en innovación y en eficiencia. Y dentro de ese crecimiento forma parte la consolidación de diferentes segmentos turísticos.

Y este es el caso del astroturismo o turismo astronómico. O lo que es lo mismo, el turismo motivado por la observación astronómica y el estudio de las estrellas y demás astros del universo. Se trata de un segmento que ha crecido en los últimos años, crecimiento derivado por las inquietudes de los viajeros y porque el sector ha sabido observar e interpretar esa creciente demanda. Años atrás era un segmento muy residual, limitado solo a expertos en la materia, estudiosos, científicos o astrónomos profesionales que buscaban lugares y momentos muy concretos para visionar el universo y sus diferentes astros. Pero esta propia actividad ha evolucionado y cada día despierta mayor interés entre aficionados, curiosos o gente simplemente dispuesta a aprender las particularidades que encierran las estrellas, planetas, constelaciones o galaxias. Y por ello aumenta su demanda como actividad turística muy relacionada con la actividad cultural, el disfrute de los espacios naturales o con la difusión de conocimientos científicos. Se ha ampliado el público, objetivo sumándose no solo los expertos, sino amantes de la naturaleza o de la cultura, que deciden iniciarse en esta práctica a través de experiencias turísticas relacionadas con la astronomía. Grupos organizados, familias, jóvenes, niños, con lo que parece generalizarse la inquietud por conocer las estrellas y el universo.

Por todo ello, el astroturismo se ha hecho un hueco como segmento turístico, un segmento que en los últimos años ha sido objeto de novedosas actividades y ofertas. De hecho, lo que ha conllevado que sea tratado como un segmento independiente al turismo cultural o al turismo de naturaleza ha sido el crecimiento de su práctica y la demanda de este tipo de servicios turísticos específicos. Otro de los motivos del aumento de este segmento dentro de la oferta del destino Andalucía son las condiciones que nuestra tierra ofrece para la práctica del visionado de estrellas. Para poder ver y analizar las estrellas o cualquier otro astro del universo es necesario disponer de un cielo limpio, lumínicamente hablando, un cielo que se necesite..., o una experiencia para la que se necesita pureza nocturna, cielos normalmente despejados y naturaleza en la que

poder observar y hacer de la observación una experiencia única, algo que puede ofrecer sobradamente Andalucía, tanto en cantidad por el número de espacios naturales donde se puede llevar a cabo esta actividad, como por calidad de nuestro cielo.

Desde el año 2014, Andalucía cuenta con varias certificaciones de la Fundación Starlight. Esta fundación, que tiene su centro en Tenerife, se dedica a defender los lugares visitables con buenas condiciones para la contemplación de estrellas y que estén protegidos de la contaminación lumínica, haciéndoles aptos para acoger iniciativas turísticas relacionadas con la contemplación del cielo como parte esencial de la naturaleza. Lugares seleccionados que poseen cualidades óptimas para la observación de los cielos estrellados y la práctica de actividades turísticas basadas en este recurso natural. Son varias las zonas de nuestra comunidad, como la Sierra Sur de Jaén y Sierra Morena, que cuentan con las certificaciones de Reserva Starlight, o el aval de la UNESCO, la certificación de Destino Turístico Starlight y con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo. Ambas certificaciones, emitidas por la Fundación Starlight, cuentan con el apoyo de esta consejería, si bien es cierto que son los propios territorios implicados quienes deben trabajar para obtener y/o mantener las distinciones del espacio Starlight o el Destino Turístico Starlight, como ha sido el caso del trabajo que ha realizado la Asociación para el Desarrollo Integral de la Sierra Morena, ADIT, y la Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Sur de Jaén, ADSUR. Estos distintivos tienen una vigencia de cuatro años y podrán ser renovados este mismo mes de marzo para que Andalucía continúe siendo uno de los mejores destinos del mundo para el disfrute de la astronomía. Unos veinte municipios andaluces cuentan con esta distinción, lo que supone que casi el 10% de nuestros municipios tienen condiciones ideales para la observación de las estrellas.

Como ya he comentado, el astroturismo es un segmento muy próximo al segmento cultural, por la motivación científica y de aprendizaje, y al turismo de naturaleza, al ser una práctica que se lleva a cabo en entornos naturales y por tener un importante contacto con la naturaleza durante el desarrollo de la actividad. Desde la consejería, sabedores del aumento de este segmento turístico, siempre nos hemos mostrado a favor de la consolidación del propio segmento a través del diseño de diferentes ofertas. Por acudir al ejemplo más reciente, el Patronato de Turismo de Córdoba ha llevado a cabo la elaboración de la Guía Astronómica Reservas Starlight de Córdoba, en colaboración con la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, en la que se muestran a los viajeros hasta siete itinerarios diferentes por los que recorrer los 25 municipios de la provincia de Córdoba incluidos en los certificados Reservas Starlight, de los que anteriormente les he hablado. La elaboración de esta guía se lleva a cabo con cargo al convenio firmado entre el Patronato de Turismo de Córdoba y la Empresa Pública Turismo de Andalucía. Dicha guía muestra los puntos estratégicos desde donde observar las estrellas desde el cielo cordobés, y además acerca a los viajeros interesados otras ofertas turísticas complementarias de las zonas de Sierra Morena y Los Pedroches, con las que complementar un magnífico viaje. Otro ejemplo de este turismo se pone en marcha en Sierra Nevada, donde se vienen desarrollando diferentes actuaciones orientadas a ofrecer a los amantes de la astronomía la posibilidad de desarrollar su pasión en la propia Sierra Nevada. Y se puede participar en talleres de iniciación para conocer el cielo nocturno, por ejemplo; o para conocer también las instalaciones astronómicas allí situadas. Sin ir más lejos, hay una actividad fechada para el 31 de este marzo, a la que invitamos a todas sus señorías. Ese segmento nos ayuda a combatir la estacionalidad, porque es en verano donde se celebran, dentro de Sierra Nevada también el máximo de actividades de turismo astronómico.

Además, principalmente son eventos y actuaciones que se llevan a cabo de noche, en horario nocturno, por lo que es una actividad ideal para complementarla con otros segmentos turísticos, como la gastronomía, el deporte, la cultura o la naturaleza.

La fuerza de este tipo de segmento también la encontramos en el Cabo de Gata, donde diferentes empresas privadas ofrecen recorridos específicamente diseñados para el disfrute de las estrellas desde el cielo de Almería. Los diferentes enclaves mencionados hasta ahora no son los únicos que aportan condiciones extraordinarias para el desarrollo de este tipo de turismo, porque en nuestra región hay muchas más zonas perfectas para su práctica, como pueden ser el Cerro del Hierro, de Sevilla; el Torcal de Antequera, en la provincia de Málaga, o los Observatorios Astronómicos de la Sagra y Capilerilla en Granada.

Además, a esta oferta podríamos agregar las visitas guiadas que se llevan a cabo en el observatorio de Sierra Nevada, dependientes del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Las Guardas, un gran atractivo para los turistas movidos por la astronomía.

El compromiso de esta consejería también se ve reflejado en nuestra web andalucia.org, donde el segmento Astroturismo, Turismo de Estrellas tiene un espacio específico para su oferta en Andalucía.

En este apartado, equiparable a otros segmentos, como playa, cultura, gastronomía o naturaleza, se pueden encontrar los destinos Starlight, diferentes puntos de observación astronómica o empresas especializadas en este tipo de turismo. Una forma de acercar esta variedad turística a los viajeros que piensen en nuestra comunidad para realizar sus viajes.

Como último, decirles que el actual Plan de Acción 2018 contempla la actuación en los espacios comprendidos en las reservas Starlight de Andalucía para el desarrollo, junto con entes públicos y privados implicados, de un portfolio de experiencias turísticas de astroturismo.

Señorías, desde esta consejería estamos convencidos de que el astroturismo es un segmento que tiene futuro y margen de crecimiento, pudiendo conformar una oferta global, competitiva, de calidad y eficiente para el destino Andalucía. Y en esa dirección se trabaja desde esta consejería.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señora Alarcón.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias, presidente. Muy buenos días a todos, señorías. Y buenos días, señor consejero.

Mire, hemos querido traer este asunto a la comisión porque creemos que es una oportunidad importante que tiene nuestro destino turístico con el turismo especializado en las estrellas.

Y, señor consejero, después de ayer, que celebramos, pudimos celebrar todos ayer el Día de Andalucía y, sobre todo, a mí lo que más me llama la atención y lo que más satisfacción me produce es haber recibido

cantidad de felicitaciones desde fuera, de personas que vienen a Andalucía, que disfrutan de Andalucía, que conocen o quieren conocer nuestra tierra y que ayer aprovecharon para felicitarnos.

Yo creo que estamos todos de acuerdo y podemos afirmar que Andalucía pues somos unos afortunados, ¿no?, teniendo la tierra que tenemos.

Y es que Andalucía es un verdadero espectáculo para los sentidos. Y es un verdadero espectáculo para los sentidos pues por tierra, por mar y por aire; por donde la veamos y por donde la contemplemos. Y en esa contemplación de lo grande y maravillosa que es Andalucía está precisamente nuestro cielo; Andalucía es una maravilla.

Usted lo ha dicho: nosotros tenemos —y, además, certificado por la UNESCO, certificado como cielo especialmente limpio y oscuro a la vez—, como Andalucía, y en comarcas en concreto y algunos municipios en concreto, tiene una calidad nuestro cielo que es, precisamente, el que buscan este tipo de turistas, que podemos llamarlos astroturistas, pero que hasta el momento se ha hablado muy poco de este segmento turístico y de este tipo de turista en esta comisión y en otras anteriores. Es decir, que, prácticamente, podemos afirmar que es la primera vez que se trae este tema tan importante y tan relevante —este segmento turístico que está creciendo— a esta comisión. Y no queremos que quede aquí, sino que vaya a más; por eso traemos esta comparecencia.

Estamos hablando, señor consejero, del turismo de las estrellas, del universo, que... —usted lo he dicho, y yo también coincidido con usted—, que está creciendo, aunque parece que hasta ahora, aunque lo haya dicho usted en su exposición, pues, prácticamente, ese crecimiento ha pasado desapercibido para esta consejería y para la Junta de Andalucía. Y no podemos desaprovechar las oportunidades que nos está brindando nuestro cielo. Esas oportunidades turísticas están, además, íntimamente relacionadas con la conservación, también, del cielo estrellado y la gestión incluso de una iluminación urbana sostenible. Es decir, que estamos hablando de una oportunidad del turismo, pero muy vinculada al medioambiente, a la ecología y a la sostenibilidad de nuestro entorno y, con ello, de nuestros cielos.

Andalucía, lo hemos dicho y vuelvo a repetirlo, está certificada como zona Starlight por la UNESCO, y esto no puede caer en saco roto, señor consejero, porque se trata de poner en valor el firmamento estrellado como recurso turístico, al mismo tiempo que estamos, insisto, incidiendo también en la conservación del cielo nocturno.

En Andalucía, además, tenemos, señor consejero —no sé si lo ha nombrado usted, yo se lo voy a decir— empresas que son certificadoras de proyectos Starlight; las tenemos aquí, en Andalucía, empresas andaluzas, con capital andaluz y con emprendedores andaluces. Tenemos consultoras especializadas; tenemos, por si no lo sabía usted, la primera agencia de viajes especializada de Europa y tenemos, además, una comunidad científica que es absolutamente... —bueno, yo creo que no da lugar a duda del ejemplo que da la comunidad científica que está instalada en Almería—, que es referente a nivel europeo y a nivel mundial. Lo tenemos todo, señor consejero: tenemos la parte científica, tenemos el cielo, tenemos la parte turística y tenemos a las personas que quieren emprender, o que ya han emprendido, en este segmento turístico, y que puede dar mucho más de sí.

Andalucía está, además, considerada, a nivel europeo, como uno de los mejores lugares para la investigación en materia de astronomía; de ahí, le digo, la importancia que tiene la comunidad científica y, en concreto, la parte que tenemos en Almería dedicada a la astronomía científica, que es tan relevante. Me refiero, en este caso, a las infraestructuras tan importantes que hay en el observatorio de Calar Alto, en Almería. Eso lo tenemos nosotros; está aquí, vamos a aprovecharlo. O —usted lo ha mencionado—, al de Sierra Nevada, en Granada, entre otros. Sin embargo, insisto, no se ha trabajado nada, o se ha trabajado muy poco, o se em-

pieza a trabajar ahora, pero con pasitos muy pequeños, en el sector turístico para asociar esta fusión, esta necesidad de fusionar tanto la ciencia como el turismo. En eso se ha trabajado muy poco, y hay que aprovechar esa presencia que tenemos en Andalucía para consolidar el segmento turístico que empieza a ser reconocido, también desde fuera, especialmente, por los turistas internacionales. Para que Andalucía pueda ser ese destino de referencia en turismo astronómico, como lo es, por ejemplo, Canarias. Yo creo que Andalucía puede ser un referente en turismo astronómico, y un referente para, incluso, equiparándonos a países que son líderes, ahora mismo, en este tipo de turismo, y que Andalucía no está por debajo de ese nivel tan alto que podemos tener, y hay que trabajarlo, porque estamos empezando a dar pasos, pero hay que apoyarlo.

Contamos, señor consejero, con tres zonas certificadas dentro de la iniciativa Starlight: una certificación que avala la calidad de nuestro cielo en Sierra Morena, Sierra Sur de Jaén y Los Pedroches. Y usted ha hablado de Córdoba, y yo se lo agradezco porque, además, hay que reconocerle a Córdoba el esfuerzo —y a esta comarca— que está dando, y al Patronato de Turismo de Córdoba, precisamente, para ensalzar esta oportunidad del turismo astronómico.

Sin embargo —y voy terminando—, las asociaciones para el desarrollo rural y grupos de desarrollo rural de Andalucía y entidades gestoras, señor consejero, no cuentan con los fondos ni el apoyo necesario para dinamizar este recurso y generar oportunidades de empleo en torno a él.

Y, por otro lado, señor consejero, mientras que agencias de viajes y empresas ya movilizan centenares de personas que acudan y vienen a Andalucía en busca de nuestra ciencia y para contemplar esos cielos limpios y oscuros, lo cierto es que el esfuerzo en promoción —y se lo tengo que decir, señor consejero— está siendo nulo. Y este espaldarazo, y este respaldo es lo que necesita, precisamente, el turismo astrónomo y la astronomía, que está empezando a crear oportunidades en Andalucía.

No desaprovechemos esta oportunidad que significa el astroturismo, señor consejero. Hace falta una estrategia, hace falta un plan específico para este interesante y exclusivo segmento turístico que está en alza y, además, unido, insisto, a la comunidad científica y que puede generar muchas sinergias con otros segmentos turísticos, como el gastronómico, el enólogo, el de naturaleza.

Voy terminando, señor presidente, pero si agoto el turno, no tengo segundo turno, y así puedo terminar...

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, bien, bien. De acuerdo.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias.

Hace falta no solo esa estrategia y ese plan, sino que hace falta una implicación cierta desde la Consejería; hace falta el apoyo para desarrollar infraestructuras, observatorios, que cuestan dinero y no se pueden hacer solo con el esfuerzo de emprendedores jóvenes o con la comunidad científica, que ahí está, pero hay que ir creciendo. Por lo tanto, la implicación de la Consejería para desarrollar más infraestructuras es necesaria y hace falta que aparezca en todos sus planes de turismo: en las promociones de turismo andaluz, como ya

he dicho; en sus presupuestos; en ese mosaico al que usted ha hecho referencia antes cuando hablábamos del turismo industrial, pues en ese mosaico tiene que aparecer, de forma muy visible, el turismo astronómico.

Porque venir a Andalucía, señor consejero, y contemplar y disfrutar, además de todo lo que ya tenemos, de nuestro cielo, es una experiencia única, señor consejero. Y esa experiencia única es precisamente lo que hoy en día busca el turista actual. Ese turista que busca algo diferente, algo especial, algo único, se lo podemos dar en Andalucía. Lo tenemos, vamos a envolverlo bien, vamos a promocionarlo. Vamos a ayudar a quienes están desarrollando este tipo de turismo. Y estoy convencida de que aquí hay un largo recorrido hasta un segmento que puede dar mucho, mucho más de lo que hasta ahora, en estos pasos que van dando, está dando.

Así que yo creo que con esta comparecencia, señor consejero, lo que yo busco es esa colaboración, desde la consejería, colaboración con todas las provincias de Andalucía, incluida Córdoba. Aquí tengo la Guía de la Reserva Starlight de Córdoba, que ha editado el patronato, que es una maravilla, a la que invito a todas las personas que forman parte de esta comisión a que vayamos a conocer nuestro cielo en la comarca de Los Pedroches y diferentes zonas de nuestra provincia de Córdoba que aparecen en esta guía. Pero esto es una provincia, hay más. Vayamos a por todo lo que tenemos, y vendámoslo bien, para atraer ese turismo, ya no solo al turista nacional que viene, sino al turista internacional, que es, quizás, mayoritario, el que busca este tipo de segmento turístico tan especializado como el turismo astronómico.

Por mi parte, lo que quiero es que, ahora, en su intervención, realmente pueda comprobar su compromiso con las tres cosas que le he dicho: una estrategia, planes específicos para este tipo de turismo, inversión en la promoción, pero también en las infraestructuras, para ensalzar el turismo astronómico en nuestra tierra, en Andalucía.

Nada más y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría. Señora Alarcón, me alegra que usted haga el diagnóstico, compartido conmigo, sobre la importancia que tiene este segmento —este microsegmento o este segmento—, pero hay cosas que no coinciden con usted. Ese supuesto adanismo, que hasta que el PP no trae aquí una comparecencia no existe ningún tipo de actividad por parte de la Junta de Andalucía, me parece increíble. Ya lo hemos vivido con otras cosas, ya lo hemos vivido cuando usted ha rogado a su grupo, por ejemplo, esas subvenciones que, desde la consejería, se pensó dar a los grupos municipales..., perdón, a los municipios declarados municipios turísticos, que usted se arrogó —porque usted lo trajo aquí una vez—, aunque nosotros ya lo tuviéramos planificado y demás.

Pero, bueno, está bien, coincidimos, coincidimos. Coincidimos, y además coincidimos poniendo en valor —y me gusta que usted enseñe y felicite a la Diputación de Córdoba por ese trabajo conjunto hecho con la

Junta de Andalucía para poner en valor el astroturismo—... También espero que ponga usted en valor otras políticas que se han llevado desde la Junta Andalucía como, por ejemplo, desde Medio Ambiente, teniendo una de las primeras normativas —creo que europea y en España— de conservación y de protección de nuestro cielo y de la contaminación..., y de lucha contra la contaminación lumínica. Pero además no solo provocando eso, sino haciendo también y dotando a los municipios más pequeños que no tenían capacidad para ello, de dotarlos de unas ordenanzas específicas para la protección de nuestro cielo y para la lucha contra la contaminación lumínica. Eso también es actuar en favor de la promoción de este segmento de astroturismo.

Pero yo le digo que nosotros llevamos ya trabajando en esto, porque esos turistas que vienen y que se encuentran empresas que tienen una oferta de astroturismo, esas clasificaciones o Declaraciones de Cielo Startlight, todo eso lleva un trabajo por parte de la Junta de Andalucía. Hemos creado las condiciones para que ello se dé.

Y además, algunas veces, nos hemos incluso arriesgado para que haya productos de astroturismo, como hemos hecho en Sierra Nevada y en Cetursa, para hacer que la estación pudiera estar abierta en verano, precisamente ligada no solo a las visitas científicas, a los distintos observatorios que ahí allí, sino también, con la posibilidad de hacer actividades específicas donde se junte astronomía y avistamiento de estrellas con las Perseidas; o hacer programas específicos de conocimiento y de contemplación de las estrellas.

Y hay que apoyar también las acciones que se están haciendo desde el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y desde algunas de nuestras universidades, por ejemplo, las que se están haciendo por poner en valor Calar Alto. Y cuando decimos poner en valor el Observatorio de Calar Alto, no solo es Calar Alto, sino también poner en valor todas las investigaciones científicas que se están realizando y que se están desarrollando por parte de la Consejería de Economía e Investigación, y la que estamos desarrollando por parte de la Junta de Andalucía y de esta consejería.

Indudablemente, tenemos la capacidad de inversión y la capacidad de gasto que tenemos en turismo. Si tuviéramos una financiación justa, seguramente tendríamos más capacidades de invertir, pero como tenemos los recursos que tenemos, desde la Junta de Andalucía creemos que hay que hacer esta inversión en una promoción conjunta, donde pongamos en valor el trabajo y las iniciativas que se lleven entre los distintos entes territoriales y desde las distintas instituciones territoriales. Y dentro de esa promoción, fruto de esa guía de la que usted nos ha felicitado, y también es la elaboración de actividades conjuntas, de acciones conjuntas, y sobre todo de poner en valor algo que no es una motivación única para venir a Andalucía, pero sí enriquece la oferta que tenemos en Andalucía y que puede complementar —como le he dicho antes al señor Raynaud— ese mosaico que significa el turismo en Andalucía y la oferta turística de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-18/APC-000247. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre el estudio relativo a la estructura del tejido empresarial turístico de Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a pasar a la tercera solicitud de comparecencia, en esta ocasión el Grupo Socialista, a fin de informar sobre el estudio relativo a la estructura del tejido empresarial turístico de Andalucía.

Y para ello tiene la palabra el señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, la Consejería de Turismo y Deporte cuenta, para el diseño y la planificación de las estrategias a desarrollar, con el Sistema de Análisis y Estadística de Turismo de Andalucía —SAETA—, que, entre otras cuestiones, estudia la aportación del turismo a la formación de las grandes magnitudes económicas de nuestra región.

En esta línea de investigación, esta semana presentamos los resultados del estudio de demografía empresarial del tejido turístico andaluz. Se trata de un informe anual que profundiza en los datos más recientes publicados por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía —el IECA—, relativo a la creación de empresas y a los factores que influyen en los cambios registrados en el tejido productivo andaluz.

Para su elaboración, como digo, tomamos los datos más actuales disponibles, que, en este caso, son los correspondientes al año 2016, que el IECA ha publicado recientemente, y se analizan a nivel de cuatro dígitos del Sistema de Clasificación Nacional de Actividades Económicas, de forma que se pueden extraer los correspondientes al ámbito netamente turístico y analizarlo de forma independiente.

De esta forma, y gracias a ese estudio, sabemos que el número de empresas que desarrollan actividades relacionadas con el turismo en nuestra comunidad, a fecha de 1 de enero del 2017, ascienden a un total de 73.038 empresas, cifras que suponen un incremento del 10,3% respecto al año anterior, y que es un buen indicador de la fortaleza que presenta el turismo en Andalucía y de la buena salud de una actividad que concentra el 15% del total de empresas que desarrollan su labor económica en nuestra región, es decir, de las más de 484.000 empresas que operan en Andalucía, el 15% se dedican al turismo en cualquiera de sus ramas. Y de estas 73.000 empresas turísticas cabe destacar que el 98% tienen su sede en la propia región. Por tanto, el 98% son empresa netamente andaluzas, y que prácticamente la totalidad de ellas, el 99,95%, se encuadran en la clasificación de pequeña y mediana empresa, en pymes. Datos que contrastan con la falsa creencia que en ocasiones se tiene sobre la configuración del tejido empresarial turístico andaluz y su dependencia de fuera de Andalucía. Hablamos de un entramado empresarial muy atomizado, compuesto por entidades cuyo número de trabajadores es inferior a los 250 y que en el 95% de los casos se trata de microempresas con menos de 10 trabajadores.

En este punto, creo que es conveniente hacer una reflexión. Señorías, cuando hablamos de empresas turísticas, es habitual que el primer recuerdo que venga a la mente sea el de una gran cadena hotelera o el de

una franquicia de restauración, pero la realidad nos dice, como confirma este estudio, que se trata de un sector que está compuesto principalmente por autónomos y pymes de pequeña dimensión, sobre los que recae la responsabilidad de mantener a flote una actividad que es fundamental para nuestra economía. Emprendedores y empresarios que asumen el riesgo que conlleva la puesta en marcha y la gestión de un negocio, que cuentan con recursos limitados para enfrentarse a una competencia feroz y a un nivel de exigencia que no para de crecer. Razón de más para que todos —entidades, administraciones, organismos y grupos políticos— defendamos su trabajo y los apoyemos, porque gracias a ellos podemos contar con un destino activo, abierto todos los días del año y cada día más preocupados por elevar la calidad de su producto.

Un destino que abarca, además, toda la región, porque siguiendo con los datos que aporta este estudio, en lo referente a distribución territorial cabe añadir que el 41% de las empresas turísticas se ubican en municipios del litoral, mientras que las capitales de provincia cogen una tercera parte del total, 31%, destacando además por su elevada concentración empresarial otras ciudades no capitales de provincia como Marbella, Jerez de la Frontera, Fuengirola, Torremolinos, Benalmádena, Algeciras, Dos Hermanas o Mijas, que conjuntamente aportan el 14% de las empresas turísticas existentes en Andalucía.

Por ramas de actividad, siete de cada diez empresas dedicadas al turismo en la región pertenecen al ámbito de la hostelería. En concreto, contamos con 51.814 empresas que ofrecen servicios ligados a la restauración o el alojamiento, y este número ha crecido casi un 11% con respecto al año anterior. Si comparamos ese incremento con el resto de actividades que configuran la economía regional, podemos confirmar que se trata del segundo mayor aumento registrado en nuestra comunidad, tras la rama del transporte y el almacenamiento, que suben un 18%, lo cual confirma claramente la capacidad actual del turismo de situarse como uno de los principales focos de atracción de la inversión en la actualidad.

Y centrándonos en la rama de la hostelería, es también destacable que, al igual que ocurre en la media del sector, el 99,9% de las empresas hosteleras con actividad en Andalucía poseen menos de 250 empleados, dos tercios de las mismas tienen como forma jurídica la persona física, y el 44% de ellas no cuentan con asalariados, tratándose, por tanto, de autónomos sin empleados a su cargo.

Y en cuanto a las variaciones más destacadas respecto al año anterior, los datos recogidos en el estudio nos permiten calcular algunos de los indicadores de demografía empresarial que mejor ayudan a contextualizar la dinámica del sector turismo. Uno de los indicadores es el de la tasa de entrada bruta, que se refiere a las relaciones existentes entre las nuevas altas registradas en cada actividad respecto al total de empresas existentes en las mismas durante el ejercicio anterior. En este sentido, y teniendo en cuenta que en el año 2016 se produjeron 19.571 altas de nuevas empresas en el ámbito turístico, podemos calcular que la tasa de entrada bruta en este campo se acercó al 30%, nueve puntos más que el año anterior y casi siete puntos por encima de la tasa media generada en el sector empresarial, por lo que podemos concluir que el turismo fue uno de los sectores que más contribuyeron al crecimiento empresarial andaluz.

Otro de los indicadores de interés es el de la tasa de salida bruta, que se refiere a las bajas registradas sobre el total de empresas existentes en el ejercicio anterior. Y también aquí el turismo queda en un buen lugar, porque únicamente se contabilizaron 12.715 bajas, que es casi un 6%, y que deja la tasa de salida bruta por debajo del 20% y tres puntos menos de la media empresarial. En otras palabras, mientras la diferencia entre altas y bajas de empresas de la economía andaluza se ha movido en términos muy pareci-

dos, con tasas de entrada y salida brutas en torno al 22%, en turismo la diferencia entre ambos parámetros se ha saldado con un diferencial muy positivo, arrojando una tasa neta, que es el balance final entre altas y bajas en términos relativos, de 10,4 puntos, frente al 0,9 que presenta de media el tejido empresarial de nuestra comunidad.

Datos, por tanto, muy favorables, que nos llevan a concluir que el sector empresarial turístico sigue cogiendo impulso, ganando músculo en volumen y también en resistencia, porque el cuarto indicador que aporta este estudio, el referido a la tasa de permanencia, confirma que el 81% de las empresas con actividad turística en Andalucía seguían funcionando al año posterior, lo que supone que este registro ha subido dos enteros y que ya se sitúa casi tres puntos por encima de la media general, que es el 78%. Este último es uno de los datos más destacables, porque significa que la tasa de permanencia se ha invertido en los últimos años y, al contrario de lo que se piensa, el turismo se está convirtiendo en un negocio más estable, con un nivel de supervivencia superior al de la media de nuestra economía, motivo por el cual retomo la reflexión que hacía al principio. La estructura de nuestro turismo está compuesta fundamentalmente por pymes, y en particular por empresas de pequeña dimensión, que es el perfil en el que debemos centrar nuestros esfuerzos para promover su competitividad y su crecimiento.

Y así, con este fin, con este objetivo, lo contemplamos al redactar el actual Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, donde por primera vez nos planteamos una doble consideración de cliente final para nuestro plan de marketing turístico. Por un lado, los turistas como objetivo último de las acciones de promoción, pero por otro lado las particularidades y necesidades de los empresarios andaluces para conseguir que estas acciones de promoción aumenten su volumen de negocio y el beneficio para el sector.

También animamos a los empresarios a seguir avanzando en la creación de empleo, con líneas de ayudas e incentivos específicos, que dinamizan e incentivan el carácter emprendedor de los andaluces, como son Pymetur y Empratur, que además apuestan por la actualización de la oferta, como la línea de incentivos para la modernización de los destinos pioneros andaluces en el litoral, que sacaremos en las próximas fechas, o que se dirigen al fomento del asociacionismo mediante la creación de clubes de productos para hacer más fuertes a las pymes turísticas andaluzas, líneas que tendremos también publicadas dentro de unas semanas. También hemos puesto en marcha planes de choque específicos contra la estacionalidad, buscando que ese 41% de empresas turísticas que están ubicadas en nuestro litoral puedan mantener su actividad y sus puestos de trabajo durante todo el año.

Y premiamos a los empresarios que se implican con un desarrollo ordenado del sector, a los que se comprometen con la calidad y la estabilidad de su mercado laboral, mediante la inclusión de cláusulas sociales en las líneas de incentivos, que dan prioridad a los profesionales que creen empleo, a los que mejoran condiciones marcadas en los convenios colectivos, a los que eliminan las trabas de accesibilidad o a los que se preocupan por defender la igualdad de género y la conciliación familiar.

En este empeño no estamos solos, es una tarea de gobierno donde la Junta de Andalucía al completo está poniendo toda su atención, para conseguir que el sector empresarial andaluz sea más competitivo, más fuerte y más respetado por su capacidad de creación, consolidación y por la calidad del empleo creado. Y en este mismo sentido vamos a seguir dando los pasos necesarios, porque queda camino por recorrer y porque hay margen de mejora. Pero, sobre todo, porque es necesario, como estamos haciendo ahora, poner en va-

lor la actividad de todos estos empresarios andaluces, que permiten que el turismo andaluz siga construyendo el presente en nuestra economía y formando parte fundamental de su futuro.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, consejero.

Para intervenir por el Grupo Socialista, la señora Bustinduy tiene la palabra.

La señora BUSTINDUY BARRERO

—Gracias, presidente.

Y antes también de iniciar mi intervención relativa a esta comparecencia quiero, también, felicitar a todos los presentes por la celebración del reciente Día de Andalucía, entendiendo que los andaluces tenemos que sentirnos orgullosos de haber luchado por lo que queríamos y así conseguir, realmente, administrar el futuro que nos esperaba, que se ha convertido, por supuesto, en un presente muy distinto al que vivíamos en aquellos tiempos. Eso hizo que los andaluces, a partir del año 1981 pudiésemos gozar de un gobierno autonómico, gobernado por el Partido Socialista, que ha hecho crecer en cantidad y en calidad la vida de los andaluces y de las andaluzas.

Y ya, viniéndonos al sector que nos trae aquí a esta comisión, al turismo, realmente han cambiado muchas cosas en este tiempo y, desde luego, para bien. Desde la concepción que había, hace tanto tiempo, de un turismo fundamentado en sol y playa, y solo en zonas muy, muy, limitadas, a hablar ahora mismo de cualquier ámbito de un sector tan importante como es este, que se ha convertido en un pilar económico, sin ningún lugar a dudas, no solo en Andalucía, sino también en nuestro país.

Y hablando de turismo, comúnmente se utilizan, para medir la importancia de cualquier sector económico, las cifras de lo que significa en PIB y en creación de empleo; en turismo, por supuesto, también. Pero detrás de estas cifras, en este sector, en el sector del turismo, están las empresas, porque son ellas las que, fundamentalmente, desarrollan su actividad económica —en este caso, la del turismo— y, por tanto, las que generan o no riqueza y empleo. Por esa razón, analizar y estudiar las estructuras y las características del tejido empresarial turístico en nuestra tierra es esencial. Y además es que es fundamental descender al detalle, como hace este estudio, para conocer más en profundidad las características del soporte fundamental de nuestra industria turística, que son las empresas. Porque, si una de las grandes apuestas que tenemos desde el turismo en Andalucía, desde este Parlamento y desde el Gobierno, es la calidad, tenemos que tener claro que las empresas las tenemos que conocer bien para saber realmente si ofrecen la calidad que se plantea y si responden a los parámetros de calidad que estamos planteando desde las empresas. Lo mismo que ocurre con la lucha contra la estacionalidad o contra la explotación laboral, o contra tantas cuestiones que las empresas van marcando, y que realmente tienen una repercusión clara en todo lo que significa nuestro sector.

Y, como usted bien ha dicho, consejero, la salud de nuestras empresas va a marcar, en una gran medida, la salud del turismo, porque ellas son los capilares, son las venas y son las arterias de nuestro sistema turístico.

co andaluz. Son también... —y lo hemos visto, en este estudio se ve—, han sido también sensibles a los vaivenes de la economía. Nadie se ha salvado de esto; lo demuestra el hecho, refrendado por este estudio, que en un tiempo determinado se produjo una disminución de las empresas de hostelería, durante el periodo de crisis de la economía; aun así, y dándose esta circunstancia, se marca una gran fortaleza y una gran distancia con el resto de las empresas muy superior. Es decir, que sí se ha demostrado que, aun siendo sensibles a los vaivenes de la economía, sí que es verdad que las empresas de este sector han resistido mejor esos vaivenes y, sobre todo, toda la etapa de la crisis económica.

Por lo tanto, está claro que es muy importante conocer la evolución de las empresas de hostelería y la actividad que han desarrollado y, sobre todo, ponerlas en relación con la evolución de las empresas del resto de actividades económicas de Andalucía, porque es la única manera que nos hace ver realmente, medir y constatar el papel que juegan las empresas vinculadas al sector del turismo, o que realizan su actividad en este sector, en relación al resto.

Por eso, quiero felicitarle, consejero, por tener este instrumento tan importante para nuestro sector, porque es el verdadero termómetro de por dónde vamos y por dónde va nuestro tejido productivo vinculado al turismo. El Servicio de Análisis Estadísticos de Turismo de Andalucía, SAETA, se tiene que convertir realmente en un instrumento esencial para el trabajo que se hace desde la Consejería. Y así me consta que es, tal y como usted acaba de plantear. Porque usted ha hablado de fotografía, ha hecho una fotografía del tejido empresarial andaluz —yo diría que, incluso, sería una radiografía—; es decir, la mira, ve al tejido andaluz por dentro y por fuera, tejido empresarial andaluz, utilizando, por supuesto, pues los directorios y los datos que se ofrecen a nivel nacional, también por parte de aquellos organismos que están reconocidos.

Creo que los datos que ustedes han dado dejan muy claro la fortaleza de las empresas de este sector. Que en el año 2016, que es a lo que se refiere el estudio —y usted ha explicado el por qué: porque los datos se han obtenido en noviembre del año 2016, en noviembre de 2017 se han obtenido esos datos, y de ahí el estudio ahora—, que en 2016, que todavía no habíamos salido de la crisis, haya habido un incremento de las empresas del sector turístico de más de un 10%, creo que es muy importante. Y que las empresas de este sector concentren el 15% del total de las empresas también dice mucho de que este sector marca pauta en el ámbito económico.

También me ha parecido muy importante que usted nos haya comentado que el 98% de las empresas tienen sede en Andalucía, porque algunas veces oímos hablar, o incluso caemos en la tentación de aseverar, en relación a las empresas del sector turístico, cuestiones que no son compatibles con la realidad que arrojan estos datos. Cuando hablamos de las grandes empresas, de las multinacionales, vemos que se quedan prácticamente en muy poco, en relación a la apuesta que se está haciendo en Andalucía a través de las pymes, como usted bien ha dicho, que son las empresas turísticas en Andalucía, casi el cien por cien, y por lo tanto son empresas más pequeñas —bueno, más pequeñas, quiero decir, empresas con menos de 250 trabajadores—, y que de ellas el 95% tienen menos de 10 trabajadores. Creo que es muy importante saberlo, porque conociendo, ya he dicho antes, esa capilaridad, esas características de las empresas, cuando se haga el trabajo que se está haciendo de desarrollo, planificación, y de distribución de recursos para el turismo en nuestro territorio, pues creo que se hace con un mejor diagnóstico y, por lo tanto, irá a tener una rentabilidad social mayor. También es importante saber cómo están distribuidas y, efectivamente, por qué en el litoral hay un número de un 41% y las capitales de provincia, igual que otras ciudades también, tienen también su importancia.

Lo que sí creo que es, me quiero quedar de los datos que usted ha dado, es que la actividad de las empresas de este sector es una de las actividades que más crece. Es decir, es la segunda, después del transporte y almacenamiento, teniendo en cuenta que el transporte también está, digamos, en un nivel muy alto, porque entran las empresas que transportan también a los viajeros; es decir, que ahí también tenemos una parte muy importante.

Y, por último, decir que está claro que, cuando se ven los indicadores de demografía empresarial, entre la tasa de entrada bruta y la tasa de salida bruta, y, por lo tanto, la tasa neta, ver que, en todos los casos, las empresas de turismo, las empresas de hostelería, están mejor situadas que la media. Es decir, en crecimiento están por encima de la media, en decrecimiento, digamos, en tasas de salida está por debajo de la media, es decir, hay más supervivencia de empresas de este sector, y en permanencia, también por encima de la media en tres puntos.

Quiere decirse que nosotros queremos felicitarle por ver que realmente este estudio viene a demostrar que en Andalucía se están haciendo las cosas bien, porque el resultado de este estudio da como conclusión que las empresas en este sector son empresas más estables que las demás, con un mayor grado de supervivencia y con capacidad de seguir creciendo y generando riqueza y empleo, algo tan importante en los tiempos que corren.

Así que, consejero, enhorabuena por este instrumento, y a seguir utilizándolo en el trabajo que hace día tras día, que me consta que es así, porque así nos garantizaremos el seguir siendo pioneros en un sector tan importante como es el turismo en Andalucía.

Nada más y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Bustinduy.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señora Bustinduy, gracias por el reconocimiento que hace usted del trabajo que se realiza, tanto desde el servicio SAETA como desde el Instituto Andaluz de Estadística y Cartografía. Quiero darle las gracias y quiero reconocer ese trabajo, porque si lo vemos desde un punto de vista..., vamos a decir desde una perspectiva sanitaria, tenemos que tener las mejores herramientas para poder hacer los mejores diagnósticos y, después, aplicar las mejores soluciones o, por lo menos, dar las mejores medicinas. Y eso, desde el punto de vista del turismo, es necesario. Es necesario tener los elementos que nos dicen cuál es esa radiografía o esa fotografía del tejido industrial andaluz, de saber dónde tenemos que esforzarnos o dónde tenemos que mostrar más apoyo desde la consejería para hacer que esto sea lo más efectivo posible, que la eficiencia y la eficacia sean lo que mueva y lo que nos lleve al éxito. Un éxito que en el que tenemos que considerar cuáles son los grandes retos. Dos elementos, usted ha dado algunos retos que son muy importantes, como el de la estacionalidad. Un reto muy importante con el que tenemos que ver cómo apoyar a estas pequeñas y medianas empresa para ayudarlos. Se le puede hacer desde un ámbito político, con un compromiso también por

parte del Estado, como el que hemos trasladado al Estado desde esta misma institución, desde el Parlamento, cuando le hemos pedido una bonificación del 50% para aquellos establecimientos que tengan..., bueno, que abran en periodos afectados por la estacionalidad.

También, cuando sabemos sobre qué sobre realidad actuar. Como usted bien ha dicho, podemos caer en esa visualización de que estamos en manos de grandes empresas externas. Mire usted, el turismo en Andalucía se soporta en un 98% de empresas, pequeñas y medianas empresas y autónomos, pequeñas y medianas empresas, autónomos y profesionales que soportan la calidad del turismo andaluz y que soportan toda esa competitividad que hay dentro del turismo, y para los que tenemos que trabajar. Pero además que son, por ejemplo, los que consiguen cifras como la que hemos conocido hoy, después de leer la publicación del estudio de Frontur. Un estudio donde se mantiene a Andalucía como tercer destino turístico para turismo internacional de España, después de Canarias y Cataluña. Un esfuerzo que nos hace, por ejemplo, que consigamos que se hayan gastado más, con un gasto medio mayor de 102 euros que lo que teníamos durante el mismo periodo de 2017, donde hemos hecho que el turista internacional, en enero, haya gastado... En enero, estamos hablando de un mes afectado por la estacionalidad, con el antiguo modelo turístico de sol y playa, o exclusivo de sol y playa, con 601 millones de euros, que son los que se han gastado en esta comunidad en el mes de enero, un 16% de lo que se han gastado en toda España. Si somos..., si tenemos en cuenta que hemos acogido el 13% de los turistas que han venido..., de los turistas internacionales que han venido a España y que hemos conseguido que se gasten el 16% de lo que se han gastado en toda España, quiere decir que estamos creciendo en el número de turistas pero, sobre todo, lo más importante, en el gasto diario.

Esos datos que hoy han salido son datos que refrendan que estamos en el buen camino, que estamos en el buen camino en la lucha contra la estacionalidad, que estamos en el buen camino en la apuesta que tenemos por apoyar a todas estas empresas, empresarios, profesionales, autónomos, que están soportando la fuerza del turismo, la calidad del turismo. En todos esos trabajadores que creemos que deben tener también una parte justa en la participación de estos beneficios y de este buen momento, porque ellos son también la base de la calidad. Y eso es por lo que estamos apostando desde de la Junta de Andalucía.

Pero sin estudios como este, donde seamos conscientes de la realidad, donde podamos poner negro sobre blanco cuál es la realidad de nuestras empresas y cuál es la realidad fuera del maniqueísmo que pueden tener algunos totalmente interesados en decir que estamos en manos de grandes multinacionales, que son las que dirigen el turismo. No, mire usted, estamos en manos de los andaluces que han decidido tomar su futuro en sus propias manos, de tomar su destino y basarlo en su propio trabajo. Y eso, en un marco de calidad, en un marco como el que puede dar Andalucía, de crecimiento económico y de generación de empleo. Ese es el objetivo, no de esta consejería, sino de este gobierno. Ese es el objetivo que queremos para Andalucía, y creo que datos como los de hoy están mostrando que estamos en el buen camino.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Para el turno de eso... No, no, no, estaba yo pensando en otra cosa.

10-18/APC-000248. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la firma de los convenios de colaboración con los ocho patronatos provinciales para 2018

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con el orden del día y vamos a debatir la última comparecencia a fin de informar sobre la firma de convenios de colaboración con los ocho patronatos provinciales, una comparecencia solicitada por el Grupo Socialista.

Y, para ello, tiene la palabra el señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías, en lo referente al turismo no digo nada nuevo si afirmo que, a lo largo de los años, Andalucía ha consolidado una posición destacada, siendo líder de mercado nacional y una de las principales referencias en el contexto internacional, como digo, como hemos podido conocer hoy, siguiendo estando en ese tercer lugar como destino dentro de España, destino dentro de este país para el turista internacional y, además, situándose a la vanguardia y siendo pionera en el turismo durante esta década.

Pero lo he dicho en numerosas ocasiones: la inercia no nos mantendrá en esta privilegiada posición. Debemos seguir avanzando, reinventándonos, ganando en calidad y en excelencia. Y este proceso de mejora continua de la competitividad de nuestra industria turística debe canalizarse a través de la calidad, la innovación y el conocimiento. Para aumentar y consolidar los buenos resultados del sector, necesitamos potenciar la generación de negocio y contribuir a que el beneficio repercuta directamente en la generación de empleo estable y de calidad.

Con este fin, a finales de 2016 aprobamos el nuevo plan de Márquetin de nuestro turismo para los próximos años, en línea con lo dispuesto por el actual Plan General de Turismo Sostenible y la alianza por un turismo innovador y competitivo en Andalucía, que cuentan con el respaldo del conjunto del sector y de los agentes económicos.

El Plan Estratégico de Márquetin contaba, entre sus estrategias, con la elaboración de un plan anual de acción y, dentro del plan de acción, además de las acciones genéricas que benefician a toda la comunidad, se incluyen acciones, actuaciones, que se desarrollan de forma conjunta con los patronatos provinciales de turismo, dando una muestra más de coordinación, de lealtad institucional, de colaboración y de trabajo conjunto entre administraciones.

En estos convenios se ponen en marcha una serie de acciones promocionales que pretenden poner en valor la oferta turística de cada provincia. Estos convenios están elaborados de acuerdo a las actuaciones diseñadas y propuestas por cada patronato, en función de los intereses turísticos de cada provincia, con lo que aumentamos la eficacia de las políticas de promoción turística en Andalucía y, además, potenciamos toda la diversidad de la oferta turística. Tengo que agradecer la colaboración y el trabajo de los ocho patronatos para hacer que esta colaboración y lealtad institucional sean una realidad. El presupuesto total para las acciones incluidas en

estos convenios asciende a 4,4 millones de euros, de los cuales, la Consejería de Turismo y Deporte aporta el 70%, 3,1 millones de euros, y las diputaciones, a través de sus patronatos, el 30% restante, 1,36 millones de euros. Cabe destacar que en 2018 hemos aumentado el presupuesto de estos convenios con respecto al 2017, quedando configurado de la siguiente manera: la inversión total de la consejería en estos convenios en 2018 asciende a 3.113.686 euros, lo que supone un 25% más que el año anterior. Además, la consejería ha aumentado su porcentaje de colaboración sobre el total invertido, pasando del 65% de los ejercicios presentes al 70% para este ejercicio. También me gustaría resaltar que esta consejería destina a cada uno de estos ocho convenios la misma cantidad económica, a todos los patronatos la misma cantidad económica.

En lo que respecta a las acciones que integran estos convenios, al igual que en años anteriores se estructuran en tres niveles, según su tipología:

Por un lado, se incluye la participación conjunta en Fitur, siendo la consejería quien asume el cien por cien de la inversión realizada en esta feria, para la presencia de cada uno de los patronatos.

Por otro lado, se incorporan las acciones promocionales que llamamos —permítanme— especiales, que diseña y presenta cada patronato en función de las necesidades e intereses turísticos de su provincia. En este grupo, por ejemplo, están los programas contra la estacionalidad, las campañas de comunicación uni-provinciales, los acuerdos con turoperadores o compañías aéreas, desarrollo de clubes de productos o acciones de promoción, como ferias, misiones comerciales, acciones al consumidor o eventos.

Por último, el tercero de los grupos de actuaciones lo conforman las acciones inversas, que son aquellas que posibilitan que intermediarios turísticos y/o medios de comunicación vengan en Andalucía, a las distintas provincias, a conocer in situ la oferta, nuestra oferta turística.

Señorías, sin duda, la firma un año más de estos convenios incide en la voluntad ineludible de avanzar, de plantear nuevos retos, de llegar más y mejor a nuestros potenciales visitantes y de convertir las buenas cifras turística actuales en una tendencia estable. Consolidarlas, para que nos permitan incrementar los beneficios sociales y económicos de esta actividad a lo largo del año y, sobre todo, hacia el futuro. Y, para tal fin, es necesario que la Consejería de Turismo y Deporte trabaje junto con las diputaciones en la planificación turística en las diferentes provincias, porque así Gobierno andaluz y diputaciones provinciales unen esfuerzos para fomentar el desarrollo económico y social del territorio provincial.

En definitiva, mediante la firma de estos convenios conseguimos unir esfuerzos, trabajar de forma coordinada y diseñar las estrategias de un territorio con y desde el territorio. Me permito citar aquí al presidente de la Diputación de Sevilla y presidente de la FAMP, Fernando Rodríguez Villalobos, donde decía que «sumar esfuerzos multiplica resultados». Ese es el camino, ahí vamos a estar y ahí me siento acompañado por las ocho diputaciones provinciales de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Antes de darle la palabra, señora Romero Mojarro, decirle solamente, en relación con el orden del día, que ha habido una pequeña modificación a solicitud del Grupo Popular, que la pregunta..., en relación al tema de

la pregunta y también para el consejero se organice, en relación con la primera pregunta del Grupo Popular y con la tercera pregunta del Grupo Popular, la petición es que pasaríamos a ponerlas las últimas. Lo digo para organización de los grupos y también del propio señor consejero.

Gracias.

Y ahora tiene la palabra la señora Romero Mojarro.

La señora ROMERO MOJARRO

—Gracias, presidente.

Muy buenos días, consejero. Quería felicitarle por el gran trabajo realizado en favor del turismo en nuestra comunidad y cómo buscan promocionar, a través de los acuerdos con las ocho diputaciones, hasta el último rincón de nuestra bonita comunidad. La verdad es que en todo momento, pues, se busca que, por pequeño que sea, esté promocionado y tenga el apoyo de la Junta de Andalucía. Y nada mejor que la firma de un acuerdo con el ayuntamiento de los ayuntamientos, para conseguir tal fin, como son las diputaciones. Además, sabemos que el plan de acción turística 2018 de su consejería, en colaboración con los patronatos provinciales de turismo, pues, ha sido consensuado con los agentes socioeconómicos y profesionales del sector, buscando consolidar y prolongar el buen balance turístico registrado en nuestra comunidad durante el año pasado. Porque yo también quería hacer mención a las palabras del señor Villalobos cuando comentaba que «la colaboración entre administraciones multiplica los resultados». Y también es muy importante que con este acuerdo, pues, se busque reforzar la promoción del destino en las distintas provincias bajo el paraguas de la marca Andalucía. Y que, a su vez, la oferta específica de cada provincia favorezca la competitividad del destino turístico andaluz en los distintos mercados. Esta fórmula, además, permite mejorar la promoción, reforzar el carácter de diversidad de la oferta de la región y ser más efectivos en la inversión. Y me consta, además, que los objetivos fijados por los patronatos irán principalmente encaminados a fortalecer los mercados que ya tenemos, siendo muy importante el turismo nacional, pero siempre con la mente puesta en el turismo internacional, cada vez más creciente y un turismo que no solo busca sol y playa, sino un producto turístico diversificado y de calidad, poniendo el énfasis, este año 2018, en el turismo cultural.

Así que solo me queda felicitarles, consejero, a usted como Junta y a los ocho representantes de las diputaciones provinciales, por la firma de este convenio y la buena marcha de la principal industria de Andalucía: el turismo.

Muchísimas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Romero Mojarro.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Gracias, señoría. Y le doy las gracias en nombre de todos los trabajadores, tanto de los patronatos como de la consejería, que hacen posible este desarrollo, y de todos los trabajadores también dependientes de cada uno de los municipios que se coordinan en esta política. Esto es un logro de todos, es un logro que se consigue gracias a la colaboración institucional, al respeto, a la lealtad institucional y a la coordinación.

Desde la consejería, por ejemplo, hemos asumido, y así lo hice público con los ocho presidentes, con los representantes también de las dos diputaciones que no pudieron asistir, para decirles que vamos a asumir en estos viajes de familiarización esas acciones inversas, todos los costes, aunque Turespaña no lo haga. Que lo vamos a asumir porque es una responsabilidad que tenemos con las diputaciones, y el hecho de que Turespaña no pueda hacerlo, porque todavía no ha sido capaz de aprobar el Gobierno de la nación un presupuesto, nosotros sí vamos a cumplir con otras diputaciones. Y esa lealtad institucional es la que pedimos, esa lealtad institucional creo que es la que debemos encontrarnos, por justicia y, sobre todo, por hacer que todas las cifras que nos está dando el turismo se consoliden y sigan siendo una fuente de generación de empleo, y que este empleo sea de calidad y sea un empleo con las condiciones justas y dignas que se merecen todos los trabajadores y trabajadoras de Andalucía.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, consejero.

10-17/POC-000309. Pregunta oral relativa a turismo sostenible en la Comarca Sierra Sur de Jaén-Tierra de Romance y Leyenda para la construcción de hotel balneario en Frailes

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar seguidamente con el orden del día, y pasamos al capítulo de las preguntas. Y, tal como había planteado en esa modificación, vamos a empezar por la segunda pregunta, del Grupo Popular, relativa..., en relación al turismo sostenible de la comarca de la Sierra de Jaén-Tierra de Romance y Leyenda.

La señora Alarcón tiene la palabra por dos minutos y medio, si quiere cumplir su tiempo total.

Muy bien.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, el turismo de interior es una excelente oportunidad para crear empleo, para dinamizar nuestros municipios, pero sobre todo para paliar..., pues, una gravísima situación que atraviesan muchos de nuestros pueblos, que es el despoblamiento; y se va, se va la gente, porque no tiene oportunidades de empleo. Sin embargo, la gestión que está usted haciendo del turismo de interior en Andalucía pues deja mucho que desear. No está haciéndose ese esfuerzo que necesitan nuestros municipios, salvo puntuales excepciones, y en concreto en, como digo, los municipios de interior.

Como le ocurre, por ejemplo, al Ayuntamiento de Frailes; un ayuntamiento de un pueblo de la Sierra Sur de Jaén, que tiene enormes dificultades —como muchos— para hacer inversiones en materia turística, pero, a la par, tiene enormes oportunidades de generar empleo gracias al turismo. Y en Frailes, señor consejero, tenemos un ejemplo más de cómo la Junta Andalucía abandona y deja tirados, a mitad de camino, a nuestros pueblos, en proyectos tan interesantes como el que se estaba construyendo, que ahora parece que se va encaminando: el balneario de Frailes. Un proyecto que nació en el año 2010, con un presupuesto de 3,12 millones de euros —1,2 millones de euros iba a poner la Junta de Andalucía; el resto, el Ayuntamiento y la Diputación—; y especializado, además, en un segmento turístico muy interesante, que es el de salud y bienestar, tal como parece ser que al final va a poder ver la luz este proyecto de hotel residencial-balneario, con un proyecto que se va a basar en tres pilares: el balneario, en restauración y residencial. Pero, gracias al Ayuntamiento y gracias a la iniciativa, en este caso, de una cooperativa importante que va a entrar en el proyecto.

No olvidemos —y no olvide, señor consejero; por eso le hago la pregunta— el origen de este proyecto: fue una iniciativa de Turismo Sostenible. Una iniciativa de Turismo Sostenible, que la Junta financiaba al Ayuntamiento de Frailes, para ayudar a su puesta en marcha, de este tan interesante proyecto, y que dejaron tirado. Y ahora, gracias a la implicación del alcalde, y, como digo, de esta cooperativa, Hábitat Colaborativa, parece que por fin va a hacer realidad este sueño de convertir este hotel en un centro de hidroterapia.

Pero, señor consejero: ¿qué implicación va a prestar, desde su consejería, para cumplir con este compromiso de la Iniciativa de Turismo Sostenible «Sierra Sur, tierra de romances y leyendas»? ¿Y cuándo va a po-

der pagar y va a hacer efectiva su parte que le queda, que son 300.000 euros, para completar esta Iniciativa de Turismo Sostenible, que por fin parece que va a ver la luz y va a crear empleo, dinamismo y convertirse en un recurso turístico de calidad en la Sierra Sur de Jaén, y en concreto de turismo residencial, de bienestar y de salud?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Señor consejero, su tiempo, por dos minutos y medio también.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señora Alarcón, señorías, me parece que usted no ha visto todo lo que hemos hecho para fomentar el turismo de interior como complemento de costa. Usted vuelve a buscar la anécdota para hacer la generalidad, cosa que su partido está muy acostumbrado, pero creo que tiene usted que tener una visión más amplia de lo que hacemos, de lo que se hace, para no caer en esa generalización de la anécdota. Pero bueno, yo le voy a decir, le voy a dar la información que usted me pide.

El proyecto para la construcción del hotel balneario en Frailes se enmarca, como usted bien ha dicho, en la Iniciativa de Turismo Sostenible «Sierra Sur de Jaén, tierra de romances y leyendas». Sí, el 14 de diciembre de 2007 se firma un convenio de colaboración entre la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte y el promotor Asociación para el Desarrollo Rural de la Sierra Sur de Jaén, para la realización del Programa de Turismo Sostenible «Sierra Sur de Jaén, tierra de romances y leyendas». Tras los proyectos aprobados en su anexo, del plan de acción del 2007, se encuentra la construcción de un hotel balneario, con un importe de inversión de 3.121.998,04 euros, y una subvención de 1.873.198,82 euros, a ejecutar por el Ayuntamiento de Frailes. Esa subvención, como digo, del 60%, de la Junta de Andalucía. Con fecha del 16 de diciembre de 2013, Al Sur presenta documentación justificativa de los proyectos del Plan de Acción del 2007, aportando una justificación del proyecto citado por un importe de 2.014.829,89 euros, correspondiéndole una subvención final de 1.208.897,93. Con fecha del 27 de mayo del 2014, se dicta resolución, de la Secretaría General para el Turismo, de minoración de la subvención otorgada dentro del Plan de Acción del 2007 del Programa de Turismo Sostenible «Sierra Sur de Jaén, tierra de romances y leyendas», en la que se reflejan los citados importes de inversión y subvención respecto a la justificación admitida. Actualmente, este expediente está siendo objeto de revisión por parte del Servicio de Inspección de la Consejería, y estamos a la espera del informe correspondiente.

En lo que respecta a una posible nueva inversión, así como una posible subvención por parte de esta consejería, el Ayuntamiento de Frailes deberá acogerse a las líneas de subvenciones e incentivos que esta consejería saca, en concurrencia competitiva, durante estos años.

Muchas gracias.

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 486

X LEGISLATURA

1 de marzo de 2018

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-18/POC-000284. Pregunta oral relativa a fortalecimiento del turismo de ferias y congresos

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar. La siguiente pregunta es del Grupo Ciudadanos, relativa al fortalecimiento del turismo de ferias y congresos.

Señor Funes, tiene la palabra.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, las ferias y congresos dejan un impacto económico muy importante, en torno al 90%, en la ciudad donde se celebran, repercutiendo directamente sobre hoteles, sobre restaurantes, comercios, en ocio... Por eso, creemos que toda colaboración es poca para el desarrollo de este segmento turístico. Algunos son privados —la mayoría—; otros, como el de Granada, son públicos, con una participación de dos tercios por parte de la Junta y un tercio por parte del Ayuntamiento, aunque la gestión es privada.

En Andalucía, los principales Palacios de Congresos —Sevilla, Málaga, incluso la misma Granada— juegan en la división de plata, que no es mala división, teniendo en cuenta que las dos principales capitales de nuestro país pues están en otra liga, como es el caso de Madrid y, fundamentalmente, Barcelona, que ha llegado a ser... —no sé si en estos momentos mantiene ese puesto—, pero ha llegado a ser la tercera del mundo en la celebración de congresos. Se trata además de una competición dura, que tarda de tres a cinco años en conquistarse, y donde las infraestructuras —y aquí tendría que ver mucho el Gobierno central— pues tienen también mucho que decir. Una ciudad sin AVE, por ejemplo, es una ciudad que no es que le quite fuerzas para competir, es que no puede competir para atraer determinados congresos. Hay cuestiones que escapan a nuestras competencias, pero si está en manos de su consejería la elaboración de un Plan Director, que se quedó en agua de borrajas, se quedó metido en un cajón; y también mejorar la promoción, que muchas veces está orientada al turismo individual, y no enfocada, precisamente, a este turismo, que tan conveniente y tan adecuado es para el desarrollo de nuestras ciudades. Sí está también en su mano el aprovechamiento de esos espacios a través de convenios. Por ejemplo, esto me lo decía un director..., justamente el director de Granada, del Palacio de Congresos, dice: «Nosotros tenemos la gestión, pero aquí, por ejemplo, podría haber...» —repito: esto son ideas que no solamente le competen a usted, estaría Educación— «... podría haber un módulo profesional para desarrollar eventos de carácter turístico. Aquí tenemos el estudio, tenemos las infraestructuras y, además, tenemos la posibilidad de realización de prácticas». Otro tema que también me insistía: ser proactivos, no solamente desde los palacios de congresos, sino desde la propia administración. Y me ponían el ejemplo de algo, que usted seguro conoce, que es el Congreso de se va a celebrar en Granada de montañas; ha sido a iniciativa del Palacio de Congresos. O sea, que no estén esperando a que lleguen congresos, solicitudes de fuera, sino que ellos sean también proactivos en el desarrollo de los mismos.

En definitiva, sí le quiero preguntar qué tiene pensado su consejería para dinamizar la actividad de los palacios de congresos en nuestra comunidad.

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.

Señoría, señor Funes, para nosotros..., yo podría empezar esta..., esta intervención diciendo que la promoción de los palacios de congresos no es competencia, que eso es competencia de otra consejería... Pero creo que sería, primero, desagregar acciones que tienen que venir conjuntas por todo el Gobierno; y después sería lanzar balones fuera, cuando se está haciendo un trabajo serio y se está haciendo un buen trabajo para captar congresos, para que, eso que se llama el MICE, ese segmento de turismo de incentivos, de congresos y de encuentros, que nosotros queremos potenciar y que nosotros creemos que es una oportunidad para Andalucía, bueno, pues sería un flaco favor el que le haría tanto al Gobierno como a mi trabajo propio. Tengo que decirle: para nosotros, en el Plan de Acción del 2018 consideramos que el segmento más..., que el segmento de congresos está con el máximo protagonismo. Quizás detrás de las acciones, del número de acciones que podemos dedicar al sol y playa, o de cultura, que son dos de los troncales que tenemos dentro del plan de acción, el siguiente es esa promoción de congresos.

Pero promoción de congresos que no solo conlleva el hecho de que en nuestra bolsa de comercialización, en nuestros viajes que tenemos de comercialización, en nuestras campañas empresariales que llevamos, que nos acompañan, va el [...] como estuvimos el año pasado en Nueva York, donde se hicieron una serie de acciones para que tanto los *Convention Bureau*, de cada una de las provincias o desde cada una de las ciudades, como los empresarios nos pudieran acompañar, hacer ofertas. Y ahí estuvieron acompañándonos empresarios de Sevilla, de Granada, también empresarios..., o sea, vinculados a los patronatos, no solo eso, sino que nosotros también provocamos que Andalucía sea el destino de congresos específicos relacionados con el turismo.

En Andalucía este año va a haber dos eventos que creo que son muy importantes, como es el del Encuentro de ABTA, la principal asociación de agencias de viajes británicas, con ese mercado británico tan importante como es para Andalucía, va a ser este año en Sevilla, va a ser en Andalucía. O la reunión donde Gebeco, también uno de los principales turoperadores alemanes, una de las principales asociaciones va a tener la presentación en Córdoba. Ese compromiso que tuve con Córdoba, con la ciudad de Córdoba, para también poner en valor, cuando tengan las nuevas instalaciones, el palacio de congresos se ponga en valor y se ponga en funcionamiento también con la promoción conjunta con la Consejería de Empleo, con quien también tenemos un desarrollo directo, también para hacer de Córdoba que sea una ciudad de congresos.

Vamos a tener la presentación del nuevo catálogo de Gebeco a sus 120 mejores y principales clientes. Pero también vamos a actuar en Cádiz.

O ese ejemplo que usted ha puesto sobre CIMAS, donde dos consejerías de este gobierno apuestan directamente y, además no solo apuestan, sino que también financian económicamente por ese congreso. Ese es el camino. Nosotros tenemos que poner en valor la capacidad que tiene Andalucía para atraer congresos, la capacidad que tiene para organizarlos, la capacidad de infraestructuras. Y espero que el Ave, que la conexión ferroviaria llegue pronto a Granada y permita que también sea un destino competitivo, porque creo que el aislamiento ferroviario que está sufriendo esa ciudad, primero, no tiene comparación y, después, creo que un castigo a todos los andaluces. Y nosotros vamos a apostar por ese segmento.

Pero, ya le digo, vamos a apostar desde una visión conjunta, desde una visión de todas las consejerías, donde no solo hagamos una acción proactiva de traer nosotros congresos, sino que también los facilitemos.

Y también tenemos previstas relaciones específicas tanto con los colegios médicos, que son generadores de un gran número de congresos, para que Andalucía no solo sea un destino para grandes congresos, sino que hay algunos congresos que son de pequeño y mediano tamaño, que pueden tener un impacto en los pequeños y medianos destinos, y que pueden tener un impacto muy directo con congresos de 300 o 400 participantes que pueden dar un buen resultado.

Y termino con una cosa, no solo apostamos por traer congresistas, sino hacemos o apostamos por que ese cliente corporativo o adelante su llegada o retrase su salida para disfrutar también como turista, y no solo como congresista o como cliente corporativo de nuestros destinos.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-18/POC-000285. Pregunta oral relativa al estado de la tarjeta Turístico Cultural

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—La siguiente pregunta, también del Grupo de Ciudadanos, relativa al estado de la tarjeta Turístico Cultural. Señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, es un mantra ya decir que el turismo cultural tiene una gran relevancia en nuestra comunidad, y que queremos potenciarlo, porque además de procurar desarrollo nos ofrece un perfil de visitantes que nos interesa, ayuda a desestacionalizar, que es uno de nuestros caballos de batalla que se va trabajando en ir eliminándolo.

El propio Plan General de Turismo Sostenible Horizonte 2020 sostiene estos argumentos, la apuesta cultural como un elemento que ayuda a esta desestacionalización y, además, añade también otro elemento significativo, como es el refuerzo de la marca Andalucía.

Este año se han recibido sobre 30 millones, muchos de esos visitantes interesados por nuestro riquísimo patrimonio cultural, un patrimonio cultural muy disperso en el sentido de que está por todos sitios en Andalucía. Por tanto, la apuesta por la cultura decimos que es clave, la apuesta por el turismo de interior también es algo en lo que debemos ponerle el acento, más de lo que ponemos. No digo que no se ponga, digo que hay que fortalecerlo, porque, sin duda alguna, ahí sí hay todavía posibilidades.

Y nosotros en el año 2016, en octubre de 2016, aprobamos una iniciativa, y se destinó una partida incluso finalista en los presupuestos del 2017 para la realización de una tarjeta Turístico Cultural que mejore la planificación para nuestros visitantes, que agilice, diríamos, la tramitación, que fortalezca la marca Andalucía, que establezca sinergias entre las capitales. Si una tarjeta me permite visitar Jaén y estoy en Granada, pues si tengo esa posibilidad y tengo la tarjeta, quizás haga el esfuerzo. Es decir, las ciudades con más peso, con más atractivo y con más demanda pueden también ayudar a las que menos tienen, y eso, la tarjeta creemos que es un elemento que ayuda precisamente a establecer esas conexiones.

Por eso, le quisiera preguntar el estado de gestación de esa tarjeta Turístico Cultural, que sé que están ustedes en ello, pero me gustaría saber en qué estado se encuentra.

Muchas gracias.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Tiene la palabra el señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidenta.

Señoría, uno de los puntos de esa proposición no de ley que usted hacía referencia, en relación a este tema, decía, y leo textualmente: «Para dotar de contenido a la Tarjeta Cultural la estrategia más adecuada es el establecimiento de acuerdo con el resto de administraciones públicas de escala local, provincial, estatal, así como los agentes privados que ostentan la propiedad de los bienes culturales».

Creo que un buen ejemplo de esa forma de la que estamos trabajando ha sido la tarjeta que presentamos, la nueva tarjeta dentro del Granada Card, esa tarjeta que presentamos recientemente, que vinculaba los accesos, por ejemplo, a la Alhambra, los vinculaba también a la pernocta. Con lo cual, le dábamos un sentido más integral a la tarjeta, fuera ya de la comodidad o del acceso, la posibilidad de acceso a los monumentos, sino que la vinculábamos también a algo que nos importa mucho dentro del turismo cultural, que es que se queden el máximo tiempo posible en cada uno de los destinos.

Y yo tengo que agradecer que se nos pusiera esa tarea de la tarjeta. Hemos tenido durante todo este tiempo, en el desarrollo de la tarjeta, diferentes estudios. Hemos tenido algunas conversaciones con distintos agentes, tanto Administración como agentes privados, donde hemos estado viendo, estábamos viendo esa implantación de la tarjeta, porque en el sentido de establecer una tarjeta que posibilitara el acceso a los recursos culturales de la Junta de Andalucía, sobre todo a los recursos patrimoniales, bueno, pues quitando la Alhambra y el Museo Picasso, no es totalmente gratuito el acceso a cualquier museo para cualquier visitante de la Unión Europea a nuestros museos y a nuestras instalaciones culturales andaluzas competentes de la Consejería de Cultura.

Pero sí hemos tenido diversas reuniones para ver cómo hacer posible esa colaboración estrecha y, además, esa colaboración necesaria, esto no es una opción, esto es una obligación entre la Consejería de Cultura y la Consejería de Turismo. Pero no solo hemos apostado por eso, sino también desde la consejería nos hemos integrado en un proyecto de la Unión Europea que es la Tarjeta de Viajes de los Ciudadanos Europeos.

Quizás, aprovechando esa posibilidad de que la Unión Europea tiene una serie de políticas comunes donde desarrollar ese tipo de accesos, bueno, pues nosotros también hemos estado y nos hemos incorporado a la oferta, desde Andalucía, de la *European Citizen Travel Pass*, esa tarjeta de viaje de los ciudadanos europeos. Una iniciativa que se presentó, por primera vez, en enero del año pasado, en el Comité Europeo de las Regiones, en una reunión que se mantuvo en Bruselas, y que una vez mostrado el interés por parte de esa comisión, por este..., perdón, por el Comité Europeo de Regiones, lo puso, y nos mandató, y mandató, ponerla en marcha a la mayor brevedad posible.

El objetivo era tener una tarjeta de viaje de los ciudadanos europeos que consistiera en incentivar los viajes doméstico europeos mediante la obtención de una serie de beneficios en el acceso a todos esos servicios que se le podían dar como turista, servicios como son descuentos en transportes o las entradas a los recursos turísticos, más allá de los patrimoniales; o la entrada, por ejemplo, a eventos específicos organizados por las instituciones. En eso tenía que ser la condición de ciudadano europeo la que le facilitara la creación de esa empresa, y por tanto nosotros nos hemos comprometido con ese proyecto, pero ese proyecto no tiene que ser solo uno proyecto europeo, sino que tiene que ser un proyecto que tenga su traslación a Andalucía, que tenga sus beneficios para los andaluces, dentro de Andalucía.

Si tenemos en cuenta que un tercio de nuestros turistas son andaluces, nosotros tenemos que darles a los andaluces esa posibilidad de acceder a la cultura en Andalucía y que sea uno de los motivos, también, de viaje dentro de Andalucía, y en eso estamos, y eso es lo que estamos desarrollando. Y, ya le digo, los contactos que se están llevando, tanto dentro de la misma Administración como con otras administraciones; también con otros segmentos que queremos potenciar, como, por ejemplo, el segmento juvenil y la implicación de la Tarjeta Euro<26 para jóvenes, que también tuviera ese carácter o esa posibilidad de integrarse en una tarjeta única de acceso a los recursos culturales de Andalucía, es el trabajo que estamos desarrollando. Ya tenemos el diagnóstico, y lo que tenemos que ver es la forma de implementarlo.

Muchas gracias.

10-18/POC-000353. Pregunta oral relativa a programación de la Real Escuela de Arte Ecuestre

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Bien, pues seguimos con el orden del día, con una pregunta relativa a la programación de la Real Escuela de Arte Ecuestre.

Tiene la palabra el compañero Pizarro Medina.

El señor PIZARRO MEDINA

—Gracias, señora presidenta.

Efectivamente, vamos a hacerle al consejero una pregunta sobre la programación planteada para la Real Escuela de Arte Ecuestre para el año 2018.

Bueno, sus señorías saben que el caballo es uno de los animales que ha convivido con el hombre desde hace ya cientos de años —yo me atrevería incluso a decir miles de años, ¿no?—, y en el mundo existen varias razas de caballos, pero es cierto que hay pocas razas que se hayan convertido en insignia o símbolo de un país, como ha conseguido el caballo andaluz, del que, indudablemente, todos los esfuerzos que han hecho precisamente esas instituciones, esas personas que se han dedicado a la promoción, al trabajo, del mantenimiento de este animal autóctono de nuestra comunidad autónoma, nos tiene que servir de orgullo, ¿no?

Los caballos andaluces son parte de nuestra historia, de nuestro patrimonio cultural, y uno de los caballos más apreciados precisamente en el mundo ecuestre. Y Andalucía, gracias a esto, gracias a ese trabajo, a ese esfuerzo, se ha convertido en uno de los referentes mundiales más importantes relacionados con el caballo, y la Escuela Real..., la Real Escuela de Arte Ecuestre, con sede en Jerez, se ha convertido en un referente, a nivel internacional, y de promoción cultural y turística del caballo andaluz y de nuestro patrimonio.

Es cierto que, aunque la Escuela Real de Arte Ecuestre en Jerez es muy conocida a nivel exterior por ese programa que desarrolla a través de *Cómo bailan los caballos andaluces*, no solamente desarrolla ese tipo de actividad en su trabajo, la Real Escuela, sino que realiza también otras extraordinarias y atractivas actividades, y realiza también otras funciones importantes, y las ponen al servicio de la formación y del desarrollo y del mantenimiento, precisamente, de las actividades ecuestres, tanto en Andalucía como en España.

La selección de caballos para su promoción, la formación de jinetes de alta escuela, y aquí quería recordar que la Escuela de Arte Ecuestre, muchos de los jinetes de la escuela, o algunos jinetes de la Escuela de Arte Ecuestre, y algunos profesores de la Escuela de Arte, han participado y han sido premiados precisamente en eventos y acontecimientos deportivos de carácter internacional, y han conseguido reconocimientos y medallas en esos acontecimientos deportivos de carácter internacional, como han podido ser los juegos olímpicos, las copas de naciones, los juegos ecuestres, etcétera.

Además de la formación de jinetes de alta escuela, la escuela también se dedica a la conservación y promoción de la doma clásica y vaquera, la conservación del prestigio de la equitación andaluza, el desarrollo y

mantenimiento de nuestras razas de caballos españoles, y ser, indudablemente, embajadores de España en el exterior, con las giras anuales por diversos países del mundo.

Por eso, señor consejero, le hago la pregunta, como inicié al principio: ¿Qué programación tiene prevista la Escuela Real de Arte Equestre para el año 2018?

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Tiene la palabra, consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidenta.

Señoría, comparto sus palabras, desde la primera a la última. Creo que ha hecho usted una buena descripción de lo que significa, para Andalucía, el caballo pura raza española y lo que significa la Real Escuela de Arte Equestre de Andalucía para el caballo y para la doma, la monta y la conservación también de los oficios ligados al caballo.

En estos últimos años, desde la consejería, así como desde la Real Escuela, estamos intentando crear un crecimiento sostenible, un turismo sostenible, creado en torno también a esta oferta específica de turismo hípico, y además intentando hacer, desde las dos instituciones, intentando tener una mayor permeabilidad por parte del empresariado y por parte de los criadores privados, e integrarlos directamente en esa promoción, tanto de la Real Escuela como del caballo, del pura raza española.

Sí, durante 2018, la Real Escuela Andaluza de Arte Equestre ha diseñado una programación amplia y variada, una programación que está adaptada a la creciente demanda de ese concepto cultural del caballo, y que puede redundar no solo en la ciudad de Jerez sino en toda Andalucía.

Y este año, esta programación tiene a Jerez como Ciudad Europea del Caballo Euro Equus, tiene el mayor protagonismo y tiene una responsabilidad, además, por ser protagonista dentro de esa celebración, y en ello hemos basado parte de nuestra programación.

La programación, atendiendo a esos objetivos que le he dicho, esta diferenciada en tres bloques: la programación ordinaria, la programación extraordinaria de Jerez Ciudad Europea del Caballo, y la gira nacional, que va a ir acompañada, también, de esa marca de Jerez como Ciudad Europea del Caballo.

La programación ordinaria, pues tendremos 127 exhibiciones oficiales dentro de las instalaciones de la Real Escuela —tres más que en el año 2017—, y distribuida a lo largo de todo el año, ofertando espectáculos ecuestres de manera permanente, cuatro días por semana. Y esta oferta se verá complementada por nueve acciones extraordinarias —que serán las galas extraordinarias—, que tienen un destacado componente social en su celebración y que atiende también a las singularidades del territorio de la ciudad de Jerez.

La Real Escuela también cuenta con una programación para Semana Santa, desde el 26 hasta el 31 de marzo, donde cabe destacar este año, como novedad, por ser la primera vez en su historia, la apertura de la Real Escuela el Viernes Santo, un día tan especial o un día que tiene ese carácter especial en Jerez y en Andalucía.

Y, por parte, para la Feria del Caballo de Jerez contará con tres exhibiciones y una gala especial de feria, la noche del viernes. Además, este año continuará con las jornadas de puertas abiertas y con la apertura de la escuela al público los viernes de octubre, motivado por la gran acogida que tuvo esta iniciativa el año pasado.

El segundo bloque, que sería la programación extraordinaria por Jerez como Ciudad Europea del Caballo, y con motivo de esta capitalidad europea se ha reforzado la programación con la introducción de una serie de actividades que abarcan lo deportivo, lo cultural, la promoción empresarial y la social, acciones con las cuales, por ejemplo, respaldamos la designación de Jerez, Ciudad Europea del Caballo, a la vez que realizamos la oferta turística no solo ya de Jerez, sino de toda la provincia de Cádiz, y por ende, de gran parte de Andalucía.

Y, entre los eventos programados para la capitalidad, cabe destacar la gala lírica que protagonizará Ainhoa Arteta, y una gala nocturna de los caballos de la escuela junto a los de la Escuela Portuguesa de Arte Ecuestre, que también mostrará esa conjunción ibérica, también de los caballos de los dos países. Además, la ciudad de Jerez abarcará la entrega de los premios Andalucía del Deporte, así como la celebración de la I Copa Real Escuela Andaluza de Arte Ecuestre. Y ambos eventos estarán organizados por esta consejería, a través de la Real Escuela.

El tercer punto es la salida, la promoción exterior de la Real Escuela fuera de la ciudad de Jerez, la gira nacional de la Real Escuela. Y esta gira nacional tiene actualmente previstas doce exhibiciones repartidas por todo el territorio.

Como pueden apreciar sus señorías, hemos querido, desde esta consejería, continuar trabajando para engrandecer esa relación que usted ha hecho de las características del pura raza española y de la importancia del caballo en Andalucía; para engrandecerla, pero también para darle una mayor visibilidad del mundo del caballo y del arte ecuestre, para hacer que ese arte ecuestre y ese mundo del caballo tengan una rentabilidad dentro también de lo turístico, pero, además, sea una oportunidad para seguir manteniendo líneas de investigación, líneas de crecimiento, líneas de mantenimiento de tradiciones, pero también de nuevas búsquedas para hacer aún más rentable económica, social y culturalmente la Real Escuela de Arte Ecuestre de Andalucía.

Gracias.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, consejero.

10-18/POC-000354. Pregunta oral relativa a la campaña de promoción Almería en camiones transporte hortícola

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—La siguiente pregunta es relativa a la campaña de promoción en Almería en camiones transporte hortícola. Y para ello tiene la palabra la señora Segura.

La señora SEGURA MARTÍNEZ

—Gracias, señora presidenta.
Señor consejero, buenos días.

En su exposición de la primera comparecencia, que he podido escucharla atentamente, porque aquí hay muchas cosas que combinar para atender a los colectivos que tienen necesidades, he visto cómo ha reiterado, como siempre suele hacer, el trabajo incesante que la Consejería de Turismo y Deporte realiza para que nuestra industria de la agricultura, del turismo, tengan un presente y un futuro, y estén presentes en todos los eventos.

Evidentemente, ahora hay un paso más, que es en lo que centramos esta pregunta. Este grupo está convencido de que usted es también un gestor que trabaja en el conjunto, donde produce siempre sinergia, a lo largo de todas las iniciativas que su consejería, de la que usted está al frente, lo hemos podido comprobar, que su objetivo es rentabilizar la gestión de los recursos públicos, que no podía hacerse, evidentemente, con la misma efectividad si se trabaja de forma individual.

Yo sé que la Consejería —y este grupo es consciente, por eso hemos traído esta iniciativa—, ha comenzado una primera fase, en la campaña estratégica, para contar con compañías potentes en el transporte de frutas y verduras, y así promocionar los productos hortícolas de mi provincia, de Almería. Con la presentación de esta campaña, este grupo entiende que la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía está dando un ejemplo: esa forma de actuar promocionando las mejores imágenes, en este caso de mi tierra, de Almería, con esa sinergia entre el sector turístico y el sector agrícola, utilizando los camiones de transporte hortícola.

Es por eso por lo que le preguntamos en la mañana de hoy qué objetivos son los que pretende el Consejo de Gobierno con esta campaña, y quiénes han sido los necesarios colaboradores para hacerla realidad.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Segura.
Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, señora Segura, gracias.

Uno intenta sacar el máximo de eficacia y de eficiencia a los recursos que tiene. Y yo quiero empezar a contestar a esta pregunta dando las gracias, especialmente, a las dos empresas que han querido colaborar, no con esta consejería, sino con su tierra, que han querido colaborar con Almería y con Andalucía, de una forma totalmente desinteresada y gratuita. Y, en este caso, creo que tanto Trans Cerezuela como Frío Ejido necesitan el reconocimiento de este consejero, y creo que de esta comisión, por ese compromiso que tienen con su tierra y con Andalucía.

Son 33 camiones los que vamos a llevar por Europa. En el mercado británico, Trans Cerezuela, que tiene mucha presencia y que además esos camiones que no solo van a cruzar toda Europa, sino que se van a mover por las islas británicas..., es muy importante la presencia y el compromiso de Frío Ejido por el resto de Europa, también es importante.

Y esta primera fase, creo que es un primer paso para hacer que podamos hacer de Andalucía, también, que esté en nuestras carreteras y que estemos presentes en ese sitio donde no nos esperan. Porque, muchas veces, la eficacia de la publicidad o de la promoción que podamos hacer es estar presentes donde no se nos espera, donde el que va en un coche, camino de otro destino, se encuentre que puede tener su próximo destino en Andalucía, pero se lo encuentre porque esté un camión delante que lleva una imagen de Andalucía que pone en valor todo nuestro valor, tanto patrimonial como natural, donde se pueda encontrar el Castillo de Vélez-Blanco, se pueda encontrar la Alcazaba de Almería, se pueda encontrar el Cabo de Gata. En definitiva, se pueda encontrar a Andalucía por estas carreteras.

Y eso es un esfuerzo que se hace desde lo público y con la colaboración de lo privado; un esfuerzo que hay que agradecerle a los empresarios, no solo en lo que han hecho hasta el día de hoy, sino en lo que se han comprometido a hacer hacia el futuro. Agradecerles y pedirles a todos los empresarios que quieran que tienen la mano tendida, que tendrá también un desarrollo..., esta oferta tendrá también un desarrollo, que también queremos poner en Almería para hacer posible que lleguemos no solo a esa publicidad institucional, sino que queremos también llegar a una publicidad más cercana, y usar también los transportes que podamos tener, los transportes públicos que podamos tener, también de conexión para hacer que la imagen de Almería, la imagen de cada uno de nuestros pueblos, también se desarrolle en las cercanías, y también les ayudemos a los mismos almerienses y a los andaluces a descubrir su Andalucía. Y esa será otra fase que tengamos que desarrollar y que pondremos también en marcha en Almería.

Decirle que vamos a estar siempre buscando estas oportunidades. Y decirle que desde la Consejería estamos obligados a buscar esas oportunidades, a hacer posibles esas oportunidades, y estamos obligados a que la colaboración institucional, pero también la colaboración entre lo público y lo privado, dé beneficios como los que da esta campaña. Una campaña que presentamos en Almería, una campaña que estamos seguros que va a llevar el nombre de Almería y la imagen de Almería por toda Europa, y una campaña que está destinada a crecer y a seguir tomando protagonismo. Porque, al igual que los productos de Almería son una

DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 486

X LEGISLATURA

1 de marzo de 2018

marca para Andalucía, queremos que estos productos vayan acompañados de la calidad de lo que ofrecemos turísticamente.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-18/POC-000355. Pregunta oral relativa a regulación de viviendas de uso turístico

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con la siguiente pregunta, también del Grupo Socialista, relativa a regulación de viviendas de uso turístico.

Señora Marisa Bustinduy, tiene la palabra.

La señora BUSTINDUY BARRERO

—Gracias, presidente.

Señor consejero: ya, si algo tenemos claro es que el alojamiento es uno de los sectores donde más impacto ha tenido, ha venido teniendo en los últimos tiempos, el gran efecto de la nueva forma de la economía, de la economía colaborativa, y de hacer y de entender el turismo. Y me estoy refiriendo, concretamente, a las viviendas con uso turístico.

En ese sentido, sí que es verdad que el Gobierno de la Junta de Andalucía anduvo presto, hizo su trabajo y en el año 2016 publicó un decreto, el Decreto 28 de ese mismo año, de 2 de febrero, para regular las viviendas con fines turísticos, y modificó además el 194/2010, de abril, de establecimientos de apartamentos turísticos. Un decreto que entró en vigor ya en el mes de mayo de 2016, y que prácticamente son dos años de andadura de esta norma. Una norma que es pionera, que es de las primeras que se hacen en España y que, además, no fue recurrida. La única que no fue recurrida frente a otras comunidades autónomas, que sí fueron recurridas en su momento, cuando intentaron sacarlas.

Y creo que también es importante contar las cosas o recordarlas, para que se sepan, porque yo creo que se saben pero, algunas veces, se olvidan o forman parte del paisaje. Y creo que es importante que pongamos en valor el trabajo previo de consenso que se hace en esta consejería ante cualquier norma, cualquier decisión que se tome en temas importantes que afecten al sector turístico.

Y, por lo tanto, sabemos, como usted ya explicó aquí, en esta misma comisión y también en Pleno, que esta norma es fruto del consenso y del trabajo que se ha hecho previamente, antes de aprobarla, en el seno de la Mesa del Turismo de Andalucía. Y es una norma que se vio la Junta de Andalucía, igual que el resto de comunidades autónomas, hacerla, puesto que, a nivel estatal, hay un vacío legal en este sentido. Es decir, hay ausencia de normas, porque, como todos sabemos, el Gobierno de España no hace sus deberes a tiempo y ha dejado un sector como este tan importante que, además, está teniendo tanta efervescencia en los últimos años, pues, lo ha dejado un poco fuera de..., en el ángulo ciego, digamos, de la normativa estatal.

Llevamos dos años de andadura de la norma. Me consta que el crecimiento del uso de este tipo de viviendas, en algunos casos, ha hecho que haya algún colectivo que manifieste algún tipo de preocupación al respecto. Preocupaciones que están muy vinculadas, por ejemplo, al hecho de que haya un incremento muy exponencial, muy grande o muy desproporcionado, en los centros históricos de las ciudades y, bueno, que

eso pueda, en un momento dado, que todavía no ha ocurrido en Andalucía, ocasionar algún problema de convivencia con los ciudadanos, con los habitantes de esas ciudades.

Pero quiero también, consejero, que nos diga, por supuesto, cómo ha evolucionado este decreto; si realmente la aplicación del decreto, en el ámbito de la responsabilidad que tiene la Consejería de Turismo, puede seguir creciendo o realmente hace falta que otras administraciones también se impliquen en la colaboración institucional, tan necesaria en este tipo de cuestiones, y que, probablemente, se pueda hacer algún tipo de complemento en este tema.

Lo digo porque creo que, además, no le hacemos ningún favor a nadie cuando quienes estamos aquí nos dedicamos a lanzar mensajes erróneos a la sociedad o incluso al empresariado, alarmando innecesariamente sobre una situación que yo creo que está controlada, y que el Gobierno de la Junta de Andalucía está haciendo bien.

Entonces, me gustaría que nos dijera su opinión a este respecto y cómo ha evolucionado...

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Bustinduy.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, permítanme hacerle un pequeño recorrido.

En 2013, el Gobierno del Partido Popular decide sacar los alquileres de menos de dos meses de la Ley de arrendamientos urbanos y derivarlos hacia el sector turístico, y decir que son relaciones de alquiler del sector turístico a desarrollar por normativa del sector turístico.

Eso significa que lo primero que origina es un vacío legal del que se aprovechan las empresas comercializadoras de este tipo de alojamientos. Y lo segundo que origina es una falta de armonización en todas las comunidades autónomas a la hora de tomar o de dirigir cuál es la conducta que tenemos que tener ante este nuevo fenómeno alojativo.

Andalucía hace su trabajo. Y en febrero del 2016 tiene una regulación específica de las viviendas con finalidad turística. Con tres pilares: primero, mantener la calidad de las infraestructuras alojativas en Andalucía, una serie de condiciones que garanticen a los consumidores su seguridad, que no solo piense en el que alquila sino que piense también en el arrendatario; que no solo piense en el arrendador sino también el arrendatario; que mantenga la calidad de lo que tiene que ofrecer Andalucía, y calidades que hemos marcado a las que no vamos a renunciar, como la climatización mediante fijos..., elementos fijos de climatización.

Lo segundo es evitar la competencia desleal con las estructuras alojativas ya existentes, porque lo que le exija a un hotel se lo exija también, o se lo debo exigir dentro de la medida, a quien tuviera esa vivienda, pero sin desprestigiar el carácter primigenio de economía colaborativa, totalmente desvirtuado por parte de los portales de comercialización, desde la Consejería, decidimos en nuestro decreto que más de dos viviendas en

un radio de un kilómetro pasaban a ser apartamentos y, por lo tanto, pasaban a estar dentro de la regulación específica de alojamientos de infraestructuras alojativas.

Y el tercer punto es la colaboración institucional. Le pedimos tanto al Ministerio de Hacienda como al Ministerio de Interior cuáles eran las condiciones que tenía que poner, y se contemplaron en nuestro decreto. Una era el reflejo en el registro de la referencia catastral. Con lo cual sabíamos o sabía el Ministerio de Hacienda que ahí, la Agencia Tributaria, que ahí había una actividad, una posible actividad económica, y, además, en el Ministerio Interior, el control de los que se alojaban en las viviendas para que hubiera también ese control de seguridad en el sentido policial de la palabra.

Esos tres pilares se contemplaron en el decreto que se realizó. Pero, indudablemente, el Estado no está haciendo sus deberes, no está armonizando. Está permitiendo que haya un descontrol entre las diferentes comunidades autónomas. Y ya digo, nosotros estamos dentro de los que hemos hecho bien los deberes, porque ni se nos ha impugnado, ni creemos que las 38.000 viviendas que han presentado la declaración responsable vean que haya una falta de cumplimiento con la ley.

Y lo segundo es que deberían hacerse las modificaciones necesarias para darles competencia a los ayuntamientos, para que pudieran regular también las actividades de las viviendas con finalidad turística. Precisamente para evitar esos problemas de gentrificación o esos problemas que se están pudiendo dar puntualmente en algunas ciudades. Porque si capacitamos a los ayuntamientos, desde la reforma, una reforma específica de la ley local que los capacite para regularlos, o si le damos también, dentro de una reforma de la Ley de Propiedad Horizontal, para que los vecinos también tengan capacidad a la hora de decidir qué pueden hacer otros vecinos o qué actividad económica puedan hacer otros vecinos dentro de su vivienda, también le daríamos cierta cordura a esto.

Pero, igual que las comunidades autónomas están haciendo sus deberes, algunos con más aciertos, otros con menos, le pedimos al Estado que haga sus deberes; que verdaderamente regule y legisle para toda España, y que eso irá en beneficio tanto de nuestra industria turística como de la oferta alojativa de España y de Andalucía.

Gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-16/POC-001789. Pregunta oral relativa a turismo accesible en Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con el orden del día. Y ahora viene una pregunta relativa al turismo accesible en Andalucía. Y, para ello, tiene la palabra la señora Martín.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señor presidente.

Gracias por permitirme cambiar el orden de las preguntas para que pudiera atenderlas. Venía de otra comisión, también de intervenir.

Consejero, el turismo accesible e inclusivo añade un valor a nuestra principal industria, que es el turismo, pero lo más importante, consejero, es que añade valor a nuestra sociedad.

Permítame que comparta con usted un dato que facilita la Organización Mundial del Turismo, que dice que el 72% de las personas que tienen alguna capacidad diferente o tienen necesidades especiales viajan, y además viajan mucho. La tendencia además, consejero, usted lo conoce, es que la demanda del turismo accesible se vaya incrementando, aumente en los próximos años.

En Andalucía, casi 800.000 personas aproximadamente, consejero, tienen alguna diversidad funcional. Eso representa, aproximadamente, el 10% de la población que tiene nuestra comunidad autónoma. Una población, consejero, que se siente desatendida y con poca presencia en las estrategias de desarrollo de turismo que usted impulsa desde su consejería.

De poco o nada, consejero, sirve firmar un acuerdo de colaboración con organizaciones o entidades, como por ejemplo con CERMI Andalucía, el Comité de Entidades Representantes de Personas con Discapacidad, e incluso darle voz y voto como miembro del Consejo Andaluz, si después ustedes pues no impulsan y desarrollan actuaciones concretas dirigidas a mejorar la accesibilidad en el sector turístico. Además, consejero, señorías, todos en cualquier momento podemos tener algún grado de discapacidad. Por lo tanto, es bueno que apostemos, y sobre todo que apostemos en serio por trabajar por la igualdad de oportunidades de todas las personas.

Por esta razón, consejero, y porque nos preocupa y ocupa este tema, hoy volvemos a preguntarle en sede parlamentaria por las medidas concretas que usted tiene previsto implementar, que tiene previsto adoptar para el año 2018 en materia de turismo accesible.

Gracias, presidente.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señoría.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, no sé, me sorprende, me sorprende que usted no crea que es suficiente..., vamos, por favor, nunca será suficiente, sobre todo porque es un colectivo que necesita el máximo de compromiso de todas las administraciones a la hora de desarrollar nuestras políticas, no solo turísticas sino cualquiera de nuestras políticas, y porque además creemos en la igualdad, y la base de la igualdad está en apoyar a aquellos que más lo necesitan, pero le hablo desde el ámbito turístico.

Este consejero les ha dado, como usted bien ha reconocido, voz y voto en el Consejo Andaluz del Turismo a las personas con discapacidad, cosa que no tenían, porque creo que no solo hay que hacer políticas para ello, sino implicarlos en la generación de políticas, implicarlos en la concepción de la política y, sobre todo, en el desarrollo de los instrumentos que nos demos. Pero yo siempre he defendido que nosotros no podemos solo cumplir la ley, tenemos que ir más allá. Andalucía, si se puede distinguir, es porque seamos una tierra solidaria, abierta inclusiva, donde vayamos..., la calidad la basemos en ir más allá de lo que nos exige la ley. Y eso nosotros sí lo tenemos claro y además así lo hacemos, pero no solo como usted dice, con representación con la firma de compromiso, que creo que es lo más importante, cuando un consejero, una administración se sienta a firmar compromisos, los firma, se compromete de una forma fehaciente no solo con eso, sino que además lo hacemos con hechos.

Me constaba, que decía Jaime Raynaud, que pasemos de las musas al teatro, y estamos pasando al teatro. Señoría, en las bases reguladoras de las convocatorias de subvenciones para municipios turísticos se prevé y se incluye que uno de los conceptos subvencionables sean las actuaciones para alcanzar la accesibilidad universal a los recursos turísticos culturales, y además, en el mismo concepto también, se está tramitando la accesibilidad inclusiva con respecto al fomento del patrimonio turístico cultural. En la base reguladora de las subvenciones para la recualificación de destino turismo maduro del litoral andaluz se valoran expresamente los proyectos que mejoren la accesibilidad universal del destino. En la ayuda, que se encuentra en fase de fiscalización, dirigida al fomento de los servicios turísticos y creación de nuevos productos, Pyme-tur e Empratur, entre los conceptos subvencionables se incluye la mejora de la accesibilidad en los establecimientos turísticos o las actuaciones relacionadas con actividades turísticas saludables y vinculadas con el bienestar y necesidad de las personas con discapacidad. También en materia de subvenciones y en régimen de concurrencia competitiva con incidencia en la sensibilidad se dirigen subvenciones dirigidas al fomento de las infraestructuras turísticas ubicadas en zonas de patrimonio natural, para que puedan disfrutarlo también las personas con discapacidad, y sobre todo para acciones..., para actuaciones con valores de sostenibilidad ambiental y accesibilidad universal.

De las subvenciones dirigidas a la recuperación medioambiental y uso sostenible de las playas del litoral andaluz, en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía, entre los conceptos subvencionables hemos incluido el acondicionamiento de las infraestructuras y dotación de equipamientos necesarios para la mejora de la accesibilidad de las playas del litoral a personas con discapacidad. En las subvenciones dirigidas a la recuperación medioambiental y el uso sostenible de las playas del litoral andaluz, de la inversión territorial integrada de la provincia de Cádiz, también ha sido dirigida, y esta vez no se ha incluido sino que se ha dirigido únicamente a subvencionar aquellos proyectos que han supuesto una mejora en las condiciones

de accesibilidad de las playas del litoral, y además se está haciendo un acercamiento, o sea, una convocatoria de subvención, se está preparando una convocatoria de subvención dirigida al acercamiento a la accesibilidad con el objeto de la evaluación de un sistema de calidad de accesibilidad y, por otro, para que los gastos conduzcan a la obtención, seguimiento y renovación de determinados certificados de gestión de calidad en materia de accesibilidad.

Pero, aparte de todas estas iniciativas, todos estos incentivos que se vinculan directamente a la accesibilidad, también hemos colaborado con ONCE y con la empresa Ilunion, que depende de ellas mismas, en una web de turismo sostenible que tiene dos vertientes. La primera, una guía de destinos accesibles que recogen inicialmente 24 destinos y 144 recursos en total colaboración. Y, segundo, una guía de evaluación sobre el grado de accesibilidad a un destino, que ponemos a disposición de cada uno de los municipios y desde cada una de las empresas.

Hay un compromiso fehaciente, hemos pasado —y vuelvo a citar al señor Raynaud— de las musas al teatro, pero no estamos haciendo un trabajo solo o desde una perspectiva donde no se cuente con la opinión de las personas con discapacidad, sino que esto se basa dándoles opinión, dándoles la palabra y, sobre todo, dándoles capacidad para influir en la gestión de estas políticas.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Tiene usted 35 segundos de su tiempo todavía por agotar.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señor presidente.

Mire, no es que no le parezca al Partido Popular insuficiente lo que está usted haciendo, es que también le parece insuficiente al colectivo. Cuando nosotros traemos una pregunta a sede parlamentaria es porque, previamente, hemos hablado con el colectivo y nos han trasladado cuáles son sus peticiones.

Mire, consejero, la accesibilidad turística no cuesta dinero, lo que está costando dinero a los operadores y al destino turístico es precisamente la falta de accesibilidad, y yo le insisto: poco o nada, consejero, han hecho ustedes para mejorar la movilidad turística; poco o nada en avances para mejorar la accesibilidad en playas y en las ciudades, y poco nada para acciones de promoción turística específica. Años gobernando, consejero, sin hacer nada relevante.

Y una última pregunta. Usted ha hablado de un rosario de subvenciones y de incentivos de ayuda. ¿Lleva usted control de esos incentivos y de esas subvenciones?, ¿realmente esas subvención llegan a los colectivos?, ¿llegan al sector de la industria turística?

No queremos gestos, consejero: queremos políticas de hechos.

Nada más y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Martín.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Dos cositas. Tengo muy poco tiempo, y se lo voy a decir claro. Igual que se reúne usted con colectivos que, al parecer, le demandan mejoras, a las que estaremos siempre sensibles, ya digo, estamos colaborando con ellos, directamente hablé también con los colectivos empresariales, con algunos de los ayuntamientos —y algunos que son de su propio partido—, para ver que todas estas líneas de incentivos, para ver que todas estas líneas de ayuda son realidad y mejoran los destinos. Y no solo es cuestión de calidad, es cuestión de justicia social y de creerse que las políticas de igualdad y de inclusión son necesarias.

Espero que en todos los ámbitos y todos los partidos políticos así la consideren, porque creo que algunas acciones no van directamente o no van relacionadas con estas políticas, y menos con estos principios.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

10-17/POC-001806. Pregunta oral relativa al Estadio de la Juventud en Granada

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a la última de las preguntas —creo recordar—, relativa al Estadio de la Juventud en Granada. Y, para ello, también tiene la palabra la palabra, la señora Martín.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, de nuevo, presidente.

Consejero, permítame que le haga el relato de la crónica de una muerte anunciada.

Mire, año 2004 —repito, año 2004—, la Junta de Andalucía cierra definitivamente el Estadio de la Juventud. Presentan ustedes un proyecto, valorado en treinta millones de euros, para su remodelación. Hasta el año 2012, consejero —ocho años después—, no se inicia la obra.

Durante todos estos años de espera, no solo hemos visto el abandono y el deterioro de unas instalaciones deportivas, que usted sabe que están en el corazón de la ciudad de Granada, sino que, además, hemos observado, atónitos, como esos treinta millones de euros se recortaban hasta en un 60% la inversión inicialmente prevista. Y, además, ante la falta de financiación, ustedes deciden dividir la ejecución de ese proyecto de remodelación del Estadio de la Juventud en tres fases.

Mire, en la inauguración, consejero, de la primera fase —septiembre del año 2014—, que también llegó con un año de retraso, el consejero de Deporte anuncia que, de manera inmediata —inmediata—, se inicien las obras de ejecución de la segunda fase y de la tercera fase del Estadio de la Juventud.

Mire, año 2015-2016, dos años en blanco para las obras de remodelación del Estadio de la Juventud.

Ante la inacción de su gobierno, consejero, el Partido Popular en el Ayuntamiento de la ciudad de Granada —mi grupo— presenta una moción, donde se insta a la Junta de Andalucía a que se dote de presupuesto para el año 2017, presupuesto suficiente para esa obra de remodelación de la segunda fase del Estadio de la Juventud.

Todos los grupos políticos votan por unanimidad sí a esa moción. La traemos en sede parlamentaria, y aquí vota en contra el Partido Socialista, Ciudadanos e Izquierda Unida. El argumento: hay un millón de euros presupuestados para el año 2017 en el presupuesto de la Junta de Andalucía.

Mire, en el año 2017 —que ya ha concluido—, lo único que han hecho ustedes ha sido derribar el pabellón cubierto que había en el Estadio de la Juventud, solamente eso.

Año 2018. Vuelven ustedes con el mismo discurso, consejero, las mismas palabras, y vuelven a hablar, otra vez, de un millón de euros; también cifra muy alejada, consejero, de esos 4,5 millones de euros inicialmente previstos para la fase de..., la segunda fase del proyecto de remodelación del Estadio de la Juventud.

Por ello, consejero, le preguntamos hoy en sede parlamentaria: ¿Qué van a hacer en el año 2018? ¿En qué situación se encuentra el proyecto? ¿Cuál es su presupuesto y plazos previstos? ¿Finalizaría esa segunda fase, consejero, con el millón de euros presupuestado para el año 2018? ¿Qué hay de los 4 millones anun-

ciados inicialmente para este proyecto de remodelación? ¿En qué situación se encuentra la tercera fase? Y, por último, consejero, ¿para cuándo la culminación de las obras de remodelación del Estadio de la Juventud?

Nada más, y muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Martín.

Recordarle que ya su tiempo ha sido agotado, porque tiene, tanto usted como el señor consejero, dos minutos y medio para la intervención de la pregunta, que son cinco minutos, de acuerdo con los acuerdos del Reglamento.

Muchas gracias.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, usted hace su relato; yo le voy a continuar —va a ver cosas donde coincidamos— su relato.

Las obras de la primera fase de remodelación del Estadio de la Juventud de Granada finalizaron —como usted bien ha dicho— en 2014, que consistieron en la reforma de la pista de atletismo y el campo de fútbol; además de la construcción de un nuevo edificio de acceso de vestuarios, desde la calle Albondón, y la reforma del edificio de las gradas y de las salas existentes bajo dichas gradas.

Durante el ejercicio 2016, se convocó un concurso, para lo cual tenía que haber una dotación presupuestaria, para la redacción de un proyecto de reforma integral del resto de la parcela del Estadio de la Juventud, que se dividían, a su vez, en una segunda y tercera fase.

El concurso del proyecto contemplaba la redacción del proyecto básico de la segunda y tercera fase, así como la redacción del proyecto de ejecución de la segunda fase.

El contrato de la redacción de los proyectos se adjudicó en diciembre de 2016, con un plazo de ejecución de un año, ampliándose su plazo en dos meses, hasta febrero de 2018.

El proyecto básico de la segunda y tercera fase fue supervisado favorablemente en julio de 2017, y el proyecto de ejecución de la segunda fase ya ha sido entregado al equipo adjudicatario del contrato y está previsto, para su supervisión, finalice durante los meses de marzo y abril de 2018.

El total de la inversión en la redacción del proyecto básico de la segunda y tercera fase, y el de ejecución de la segunda fase, ha sido de 223.850 euros.

Por tanto, una vez esté el proyecto de ejecución de la segunda fase supervisado —como hemos dicho— en el mes de abril, se procederá a la licitación de las obras de segunda fase, en el primer semestre de este ejercicio, del 2018; con un presupuesto estimado, a día de hoy, que supera los seis millones de euros. Además, en paralelo, ya se han realizado las reuniones con el Ayuntamiento de Granada, con el que sí tenemos una colaboración directa y estrecha, en el último año, entre los técnicos de la Secretaría General de Deporte y de Urbanismo de Granada, para la gestión de la solicitud de obras..., o sea, las licencias de obras necesarias.

Por último, recordar que esta segunda fase del proyecto contempla la ejecución de un pabellón cubierto, nuevas salas para actividades deportivas, zona de oficinas, de administración, y aulas; cafetería, y un aparcamiento en sótano, así como la reurbanización de todos los accesos del Estadio de la Juventud, recuperando la entrada principal al complejo deportivo desde el camino de Ronda. Y además, en la tercera fase, una piscina cubierta.

Creo que estamos cumpliendo. Creo que, en este momento, se está cumpliendo con la ciudad de Granada, y creo que, en este momento, ahora que tenemos todo hecho, no es el momento de venir a pedir cuentas del 2004.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Hemos terminado los trabajos relacionados con las preguntas. Vamos a despedir al consejero, y, a continuación, empezaremos con las proposiciones no de ley.

Y recordarles a sus señorías que la primera proposición no de ley es del Grupo Popular.

[Receso.]

10-18/PNLC-000018. Proposición no de ley relativa a inclusión del logo Best in Travel 2018 Sevilla en las promociones turísticas de Andalucía

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien, señorías, comenzamos..., seguimos con el orden del día, mejor dicho, con las PNL. La primera es del Grupo Popular, relativa a la inclusión del logo Best in Travel 2018, Sevilla, en las promociones turísticas de Andalucía.

Tiene, para posicionar a su grupo, la palabra, el señor Raynaud, por siete minutos.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señora presidenta.

Efectivamente, voy a presentar, a la comisión, una iniciativa, yo diría que, evidentemente, singular, poco frecuente, pero poco frecuente desde el punto de vista positivo y agradable, como fue la designación de la ciudad de Sevilla, por parte de las guías *Lonely Planet*, como ciudad número uno para visitar en el año 2018.

Algún medio de comunicación lo ha definido como un aldabonazo para el turismo, un respaldo sin ningún género de dudas para el trabajo que, en materia turística, se viene desarrollando en el sector en su conjunto, la enorme riqueza histórica y artística de la ciudad, la revitalización de la ciudad en los últimos años, su transformación —y lo dice así literalmente la designación— en los últimos 10 años y la celebración del Año de Murillo, son los argumentos que han motivado para designar a Sevilla como la mejor ciudad del mundo para visitarla en el año 2018.

No cabe la menor duda de que ese galardón, de una enorme trascendencia y divulgación a nivel turístico mundial, puede y debe ser aprovechado por el conjunto del sector turístico andaluz para su promoción. Se ha hablado esta mañana, aquí, a lo largo de las distintas iniciativas, de sinergias entre ciudades, de trabajar en conjunto. Y yo creo que eso es una magnífica y extraordinaria oportunidad. Hay que recordar las alianzas de las ciudades andaluzas de Córdoba, Granada, Málaga y Sevilla, cómo ignorar lo que significaron los Juegos Mediterráneos de Almería para el conjunto de Andalucía, la Expo92 para el conjunto de Andalucía, la Huelva Capital Gastronómica del año pasado, como divulgación del conjunto de nuestra comunidad. Y, por lo tanto, yo creo que es una oportunidad extraordinaria para potenciar más el destino de Sevilla con campañas divulgativas a lo largo y ancho del mundo. Y no cabe la menor duda de que lo que es bueno para el turismo de alguna de nuestras ciudades en Andalucía, es bueno para Andalucía en su conjunto y viceversa.

Hace unos minutos hemos tenido la oportunidad de llegar y de ver con enorme satisfacción una pregunta el Grupo Parlamentario Socialista. Y la respuesta del señor consejero, cómo se utiliza un sistema de divulgación novedoso, como es el del transporte hortofrutícola de Almería por el conjunto de Europa, para llegar y divulgar el nombre de Almería. Pues, en definitiva..., y la colaboración entre lo público y lo privado, buscando, dice literalmente o decía literalmente el consejero, la máxima eficacia, buscar oportunidades distintas.

Señorías, estamos todavía a tiempo, a lo largo del presente año 2018, el que ese logo tan importante de *Lonely Planet* que..., una foto que ha dado la vuelta al mundo, teniendo en cuenta además la capacidad de divulgación que tiene esta institución, ni más ni menos que 1.400.000 suscriptores a lo largo de todo el mundo, más de 21.000 en España, pues, que esta foto, de alguna manera resumida, de una manera condensada de *Lonely Planet*, como ciudad número uno para visitar en el mundo, se incorpore a todas las iniciativas. Nuestra proposición no de ley está abierta a publicidad, escritos, actuaciones audiovisuales, telemáticas, aprovechar en definitiva las sinergias, y que la consejería, previa solicitud obviamente de los pertinentes permisos, como se ha hecho con los propietarios de los camiones que van a divulgar el nombre de Andalucía y de Almería por toda Europa, pues, así se pudiera hacer. Este es el sentido de nuestra proposición no de ley. Y una vez expuesta, pues, esperamos y confiamos el apoyo de sus señorías a esta iniciativa.

Muchas gracias, señora presidenta.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias.

Pues, el siguiente grupo en intervenir va a ser Ciudadanos. Tiene la palabra el señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señora presidenta.

La propuesta que nos trae el Grupo Popular a nosotros nos produce, no voy a decir perplejidad, porque es bueno todo lo que sea reconocimiento de las ciudades andaluzas, es bueno. Eso no cabe discusión. Pero aquí estamos hablando de un hecho singular, es una guía privada, como tantas otras que existen, y que reconoce a Sevilla, que es una gran ciudad y que nos alegramos, por supuesto, de esa elección. Pero no se trata de un sello de calidad, sino de una guía de viajes privada, a la cual se le pretende dar una publicidad, incluyendo el logo *Best Travel 2018 Sevilla*.

¿Por qué digo que nos produce cierta perplejidad? Bueno, pues voy a intentar brevemente decirlo. Está permanentemente saliendo en prensa, saliendo en radio, saliendo en Internet, reconocimientos de diversas páginas de guías turísticas relativas a ciudades o a enclaves turísticos de nuestra tierra. Por ejemplo, Trip Advisor señalaba la Mezquita de Córdoba como el tercer lugar de los 25 mejores sitios de España; *The Huffington Page* señalaba Sevilla y Granada entre 50 ciudades imprescindibles a las que viajar; la web *Sitios de España*, a través de una encuesta telemática votada por miles de personas, reconoció en una pugna final, precisamente contra la ciudad hermana de Córdoba, que Granada era la ciudad más bonita de España; Málaga ha sido elegida por la Comisión Europea como la cuarta ciudad más feliz del continente. Y nosotros estamos orgullosos de que todas nuestras ciudades, cuantas más mejor, estén en todas las guías y buscadores, y seguir trabajando para que aparezcan todas las ciudades andaluzas liderando todos los ránquines que se precien sobre el tema de la belleza, de la alegría, del destino favorito para ir, pero de ahí a tener que hacerse eco en todas las distinciones en la publicidad institucional que hace la Administración autonómica de este sello en particular, de esta ciudad en particular, nos parece desproporcionado. ¿Por qué?, pues precisa-

mente porque hay un elenco de publicaciones que periódicamente están haciendo alusión, afortunadamente, a la belleza del destino Andalucía. Por eso, decía que nos puede cierta perplejidad, no sé si es la palabra más idónea, pero sí nos parece desproporcionado hacer ese reconocimiento explícito de la ciudad de Sevilla y de este sello de calidad, y no reconocer tantos otros, y no cabría en la publicidad institucional colocar todos y cada uno de los reconocimientos que bien merecen nuestras ciudades.

Por eso, nosotros no vamos a apoyar esta iniciativa.

Muchas gracias.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias.

Tiene la palabra ahora, para posicionar al Grupo de Podemos, la señora García.

La señora GARCÍA BUENO

—Muchas gracias, señora presidenta.

Desde nuestro grupo parlamentario, somos conscientes de que el turismo ha sido históricamente un sector estratégico para la economía de Sevilla, pero también somos conscientes cómo en los últimos tiempos esta realidad, por diversas circunstancias, se ha producido un fuerte incremento del mismo. Incluso esta situación, este fuerte incremento ha provocado —como bien sabemos— lo que llaman «turistificación». Es, por lo tanto, necesario llevar a cabo actuaciones que tengan como objetivo fortalecer un turismo mucho más sostenible mediante la regulación de esta actividad. Creemos que, entre esas medidas, una fundamental es proteger la vida vecinal y de los barrios. Creemos necesario el aumento o intensificación de las actividades de inspección y denuncia en materia laboral. No podemos mirar para otro lado cuando hay casos de vulneración de derechos laborales.

El turismo debe servir para crear un empleo de calidad y no —como sabemos que existe— precariedad, salarios pequeños, jornadas largas. Y creemos que promocionar el turismo también se debe hacer con un empleo de calidad desde las propias instituciones, a través de campañas publicitarias se deben denunciar las malas prácticas que tan habitualmente se dan en el sector.

Y, desde luego, una manera en la que el sector turístico y la propia Junta de Andalucía puede potenciar, como señala la proposición no de ley, el destino de Sevilla o el de Andalucía creemos, desde nuestro grupo parlamentario, es con la creación de un sello o distintivo de calidad para aquellos establecimientos o empresas del sector turístico que cumplan las condiciones laborales y busquen la mejora de las mismas entre los trabajadores. Evidentemente, este sello, para su entrega y para el seguimiento posterior, debe contar con la participación de organizaciones sindicales y de consumo. Ese tipo de logo al que se refiere la proposición no de ley presentada hoy aquí por el Partido Popular, tiene en su cometido, como en el caso concreto de ser elegida Sevilla como ciudad número uno para visitar en 2018, pero no creemos que se tengan que solicitar permisos y autorizaciones a la propia firma [...] para publicitar desde la Junta una empresa privada. Y, como bien decía el portavoz de Ciudadanos, es una guía, en definitiva, privada, como muchas que potencian el tu-

rismo no solamente en Sevilla, sino en toda Andalucía. Por lo tanto, no compartimos lo que refleja esta proposición no de ley.

Nuestro modelo está claro que no es ese y no coincidimos en esta propuesta hecha por el Partido Popular. Por lo tanto, vamos a votar que no a esta proposición no de ley.

Muchas gracias.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora García.

Ahora, para posicionar al Grupo Socialista, tiene la palabra el señor Pizarro.

El señor PIZARRO MEDINA

—Gracias, señora presidenta.

Vamos a ver, señoría, en muchas ocasiones, a lo largo de todo este periodo de legislatura, en la Comisión de Turismo, hemos discutido mucho sobre distintas comparecencias pedidas al consejero, preguntas, comparecencias e incluso proposiciones no de ley. Hemos debatido mucho, y los distintos portavoces, y yo creo que es un elemento a destacar y a valorar positivamente, siempre hemos mantenido una posición en las intervenciones de un denominador común, de todos los portavoces de los grupos representados en esta comisión, y ha sido expresar y mantener que la promoción de la industria turística de Andalucía, que es de lo que estamos hablando hoy, había que desarrollarla a través de planes estratégicos de trabajo, y que los objetivos de estos planes debían de estar consensuados con el sector, y que dichos planes no fueran discriminatorios con ninguna provincia ni ninguna ciudad, por mucha importancia que tuviera esa ciudad dentro del contexto del desarrollo turístico de Andalucía.

No hace falta que yo lo diga, pero lo voy a repetir porque creo que es importante y el propio fondo de la cuestión que plantea o parte del fondo de la cuestión que plantea el señor Raynaud va, precisamente, en este camino; es decir, que Andalucía es un destino turístico consolidado y que Sevilla como ciudad turística es un destino internacionalmente consolidado y de referencia lo refrendan, precisamente, las cifras anuales de millones de ciudadanos de España y del mundo que nos visitan cada año.

Y el Gobierno de la Junta de Andalucía trabaja en ese objetivo y ha trabajado en esa posición de privilegio de Andalucía y de muchas ciudades de nuestra comunidad autónoma, y quiere seguir avanzando y reivindicándose. Pero el criterio de gestión del Gobierno de la Junta, de la consejería, que hemos compartido en esta comisión todos los portavoces, era conseguir que ese objetivo de calidad, de promoción turística de Andalucía, se rija por los planes de trabajo, por los planes estratégicos que marcan estas estrategias de los objetivos de promoción en el medio y largo plazo, y los planes de acciones concretas, las acciones a desarrollar para cumplir esos objetivos.

Para ello, la Empresa Pública para el Turismo de Andalucía ha puesto en marcha el Plan Estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020, donde sale un profundo diagnóstico sobre su situación en Andalucía. Y otro plan estratégico, el Plan General de Turismo Sostenible Horizonte —también— 2020, principal marco de acción desarrollado para el sector turístico en Andalucía, del que cuelgan el resto de las estrategias e iniciativas que emprende la consejería.

Dichos planes han contado con la participación, el consenso y el respaldo del sector turístico de Andalucía, que era también una de las exigencias y de ese denominador común en el que nos hemos puesto de acuerdo en esta comisión del Parlamento.

Y para la gestión de estos dos instrumentos también la consejería cuenta con un plan de acción de carácter anual, que es la herramienta donde se fijan las acciones concretas a desarrollar durante el año, en consonancia con los planes estratégicos.

Señor Raynaud, nosotros valoramos muy positivamente, muy positivamente, y ahí estoy completamente de acuerdo en las intervenciones de los grupos, tanto de Ciudadanos como de Podemos, valoramos muy positivamente el galardón que ha obtenido Sevilla en relación con convertirse, con haber sido elegida como ciudad número uno en el mundo para visitar. Y eso es consecuencia del esfuerzo que hemos realizado todos: grupos políticos, el sector empresarial de Sevilla, las instituciones de Sevilla, todos hemos trabajado, precisamente, en ese sentido de conseguir que Sevilla sea una ciudad como lo es Córdoba, como lo es Málaga, como lo es Almería, como lo es Cádiz, como todas las ciudades, como todas las ciudades importantes en Andalucía. En ese sentido, se ha hecho un gran esfuerzo. Por lo tanto, yo estoy de acuerdo con usted: lo que es bueno para Sevilla, indudablemente es bueno también para Andalucía.

Pero aquí estamos debatiendo otra cosa distinta, y por eso nosotros le vamos a decir que no a su iniciativa. Estamos hablando de promocionar a una empresa privada de publicidad sobre otras empresas privadas, también de publicidad, que operan precisamente en el sector de nuestra comunidad autónoma. Y estamos hablando también, estamos hablando, independientemente de que yo creo que rompería de alguna manera, diríamos, ese criterio común, consenso común, de denominador común al que hemos llegado todos los grupos parlamentarios de no tomar ningún tipo de iniciativa por parte del Gobierno sin el consenso del sector, y que nosotros sepamos, en ningún momento, como se han debatido los planes estratégicos, este elemento ha sido consensuado ni planteado siquiera en esa reunión.

Y, por último, que también se ha hablado aquí, y estamos completamente de acuerdo, y por eso también le vamos a decir que no, incorporar solamente a Sevilla en este logo, dejando fuera de la promoción de este logo al resto de las ciudades importantes va, precisamente, con ese criterio que nosotros hemos planteado siempre, implicaría una primacía de una provincia andaluza sobre el resto de destinos, de forma aleatoria, sin atender a criterios estratégicos que afectarían al conjunto de las ciudades y de las provincias, tal como aquí hemos hablado y hemos acordado en reiteradas ocasiones.

Nada más y muchas gracias.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien, muchas gracias.

Cierra el turno de intervenciones el señor Raynaud.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señora presidenta.

No cabe la menor duda, y yo, desde luego, faltaría de alguna manera a las buenas relaciones parlamentarias, el que si el sentir de sus señorías, de los distintos portavoces que hemos oído, pues de alguna manera enfocan su intervención en el mismo sentido, es que no he sido capaz de plasmar ni en el escrito ni en mi intervención el fondo del sentido de la proposición no de ley.

Señorías, en ningún momento la proposición no de ley pide que se discrimine a favor de Sevilla. Es justamente lo contrario. Y repito que no quiero caer en la falta..., en la falta, diríamos, de delicadeza parlamentaria. Si se leen ustedes el petitum, «el Parlamento de Andalucía insta al Consejo de Gobierno a incorporar el referido logotipo de todas y cada una de las campañas publicitarias que lleve a cabo la consejería de Turismo y Deporte de promoción de Andalucía». Es decir, que no estamos solicitando que se promocióne Sevilla, al revés, que dado que el galardón lo tiene Sevilla, Andalucía se aproveche de ese galardón. Es decir, exactamente justo lo contrario de los argumentos que yo he oído de sus señorías. Es decir, no estoy pidiéndoles, al revés, que se beneficie Sevilla, sino todo lo contrario.

Por lo tanto, en ese sentido, evidentemente, repito, no voy a caer en la falta de delicadeza parlamentaria, yo he sido el que no he sabido expresarlo o no he sabido dejarlo por escrito.

Claro que causa perplejidad, señor Funes. A mí también me causa tanta perplejidad que es la primera vez que se designa una ciudad española como la primera ciudad del mundo. ¿Usted se cree que ese galardón, lo dé quien lo dé, qué más da, qué más da, no lo debe aprovechar Andalucía? Ese es el fondo de la proposición no de ley: que ese galardón lo aproveche Andalucía, ese galardón. No buscamos otra cosa, no buscamos absolutamente ninguna otra cosa.

La relación no tiene ningún costo. Yo suscribo el argumento de la portavoz de Podemos, ¿no?, de la A a la Z, en cuanto al turismo de calidad, en cuanto a la necesidad de crear empleo... lo suscribo de la A a la Z; en absoluto es incompatible con esta proposición no de ley.

Y respecto a los planteamientos estructurales, hombre, señor Pizarro, hace unos minutos hemos visto que se ha hecho un determinado sistema de promoción de Andalucía en los camiones, y no creo que eso viniera recogido en ningún elemento estructural ni en los planes de la Consejería. Ha sido una oportunidad que se ha presentado, sobrevenida, y se aprovecha; y a mí me parece extraordinariamente bien. ¿Le puede a alguien molestar que los camiones de frutas de Almería divulguen Andalucía o Almería por esos mundos de Dios? Al revés. Pues nada, se llega a un acuerdo con la iniciativa privada y se aprovecha. Eso es lo que pretendía nuestra proposición no de ley.

Desgraciadamente, reitero que no he debido de estar demasiado afortunado ni en la redacción ni en la defensa, puesto que sus señorías, todos, han entendido la proposición no de ley al revés. Pero eso, evidentemente, no me impide el manifestar mi lamento por no salir adelante esta proposición no de ley en el día de hoy.

Muchas gracias, señora presidenta.

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

10-18/PNLC-000052. Proposición no de ley relativa a creación de un Plan de Turismo Joven en Andalucía

La señora ROMERO MOJARRO, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la segunda proposición no de ley, también del Grupo Popular, relativa a la celebración de un Plan de Turismo Joven en Andalucía.

Para ello tiene la palabra la señora Alarcón.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí. Muchas gracias, presidenta.

Me toca hablar de jóvenes, y creo que lo voy a hacer de forma muy seria, aunque los jóvenes siempre son fuente, precisamente, de optimismo, de dinamismo, de energía. Y no voy a quitar yo energía a esta proposición no de ley, pero sí voy a hablar de forma muy seria sobre lo que debiera ser el turismo joven y lo que debiera reportar en empleo joven, si se estuvieran haciendo las cosas de otra manera, mucho más acertada, y se estuviese gestionando con ese enfoque.

Miren, señorías, con un 46% de paro juvenil en Andalucía, 10 puntos por encima de la media nacional, tenemos que reconocer dos cosas o, por lo menos, llegar a dos conclusiones.

La primera es que tenemos un gravísimo problema en Andalucía, que afecta a todo: afecta a nuestra economía, afecta a nuestros pueblos, incluso a la idiosincrasia de nuestros pueblos, que se están quedando sin gente, afecta a nuestro futuro en general, pero afecta muy especialmente a nuestros jóvenes. El dato que les voy a dar ahora es escalofriante. Fíjense ustedes, señorías: 28.325 jóvenes andaluces, entre 16 y 34 años, son emigrantes. Y la cifra mayor de estos jóvenes emigrantes, que se tienen que ir de Andalucía, está entre los 25 y 29 años. Que 28.325 jóvenes se vayan de Andalucía creo que es un dato, cuanto menos, muy serio y muy preocupante.

La segunda conclusión a la que quiero llegar, antes de meterme de lleno en el debate de esta proposición no de ley, es que tenemos que buscar soluciones; las tenemos que buscar aquí, aquí en nuestra tierra, y soluciones para nuestros jóvenes andaluces, porque no podemos admitir sin más, como si de una maldición se tratara, ser la región con más paro juvenil de Europa. Así que algo tenemos que hacer; tendremos que hacerlo mejor, hacer más cosas, porque está claro que algo se está haciendo mal, o muy mal. Son 1,4 millones de jóvenes menores de 30 años para los que la Junta de Andalucía, y su presidenta, deberían tener un plan. Y no lo hay, no lo tiene. Así que, al menos, espero que los planes que sí tenemos en el Partido Popular para los jóvenes se aprueben, se acepten y se lleven a cabo.

Para colmo de efectos preocupantes, la tasa de temporalidad de empleo juvenil en Andalucía es trece puntos más alta que la media de España, y además los sueldos también son más bajos. Es que en Andalucía tenemos un 36% de jóvenes que trabajan, ojo, un 36% de jóvenes que trabajan, pero que están viviendo por debajo del umbral de pobreza.

Y, para colmo y cúmulo de dificultades para nuestros jóvenes y su futuro, el 23% abandona el sistema educativo, lo que empeora mucho el acceso al mercado laboral de estos jóvenes, así como, por supuesto, su

independencia y su autosuficiencia. Yo me atrevería a afirmar que Susana Díaz es la responsable y madre —en este caso, madre no buena— del paro juvenil, porque es quien mantiene en su casa, en Andalucía, al 46% de los jóvenes en el paro. Y permítanme que diga que es una madre especialmente tacaña o mala administradora, porque destina solo 30 céntimos, señorías, 30 céntimos es lo que destina Susana Díaz por joven para políticas locales de juventud; en este caso, devolviendo encima, para más inri, 2.000 millones de euros en políticas activas de empleo al Gobierno de España.

Esto lo pongo como diagnóstico para explicar que no existe un plan de empleo en Andalucía, en general, pero ni mucho menos existe, o lo hay, para nuestros jóvenes. Así que nosotros sí tenemos planes para el empleo juvenil, y objetivos, como el que tiene nuestro presidente, Juanma Moreno, si llega a ser presidente de la Junta, de crear 600.000 puestos de trabajo, de los cuales, 234.000 empleos serían para empleo de nuestros jóvenes andaluces.

Sin ninguna duda, uno de los mejores caminos —en este caso, yo creo que la mejor hoja de ruta— para crear empleo en Andalucía es la ruta turística. Nuestra industria turística es la palanca de creación de empleo joven en Andalucía. Y tenemos que aprovechar, además, que España va muy bien en turismo, que es el segundo país del mundo en turismo, y Andalucía está entre la tercera y la cuarta comunidad autónoma como destino turístico.

Tenemos datos positivos de la Organización Mundial del Turismo, lo que es el referente del turismo juvenil en nuestra tierra, porque hay un porcentaje muy interesante de turismo juvenil: el 18% de nuestros visitantes son jóvenes que vienen a conocer Andalucía. Por lo tanto, esto genera un dinamismo, genera un emprendimiento y genera unas oportunidades en turismo y una estrategia que, si se aprovecha bien, pues estamos hablando de crear más oportunidades.

Y esa oportunidad es lo que nosotros queremos hacer cuando traemos aquí esta proposición no de ley que, como habrán visto, tiene un punto principal, que se lo voy a leer en un segundo, y luego, dentro de ese punto hay siete puntos más, que espero, espero, que el resto de partidos políticos, ahora, cuando les toque pronunciarse, vean con buenos ojos, aprueben, y salga para delante esta iniciativa en defensa de un plan de turismo joven en Andalucía, cuando vayan a votar.

Miren, el primer punto de nuestra proposición no de ley es que, a través de Inturjoven, el Instituto Andaluz de la Juventud y la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte en Andalucía, en un plazo —porque hay que poner plazos a las cosas porque, si no, no se hacen (y es poniéndolo, y tampoco se hacen)—, pues bien, en un plazo de seis meses, elabore y apruebe un plan de turismo y juventud en Andalucía. Y en ese plan de turismo y juventud en Andalucía, queremos que se aborden aspectos como los siguientes: primero, la situación de partida del turismo joven en Andalucía; segundo, las oportunidades que ofrece el turismo joven en Andalucía; tercero, estudio de los flujos del turismo joven en Andalucía; cuarto, zonas geográficas donde el turismo joven genera más oportunidades de dinamización; cinco, las oportunidades del turismo para los jóvenes de Andalucía en ámbitos como el empleo, la formación, la cultura, el ocio y el entretenimiento; sexto, los objetivos a perseguir en este aspecto —nosotros incidimos en la promoción del empleo estable vinculado al turismo, a la reducción de la estacionalidad, la adecuación de la oferta formativa a la realidad económica de Andalucía como comunidad turística, y la promoción del turismo joven en nuestra tierra, así como la ampliación de la oferta turística pensada en los jóvenes—; y último punto, o subpunto, líneas de actuación concretas para alcanzar los objetivos anteriormente descritos, y aprovechar las oportunidades del sec-

tor, creando un fondo reembolsable para que los jóvenes puedan invertir en negocios de turismo y hostelería, incentivos a la contratación, ampliación de la oferta de ciclos de grado medio y superior de la rama de hostelería y turismo, ampliación de la red de albergues juveniles, así como su calendario de apertura, y tarifas también especiales para nuestros jóvenes, tanto en transportes públicos como en puntos turísticos y culturales.

Creo que es una proposición no de ley bastante amplia, completa, en favor, como digo, de ese Plan de Turismo Joven, que no existe en Andalucía, que persigue crear oportunidades para nuestros jóvenes. Y para ello hay que crear medidas y presupuesto.

Y yo ya espero ahora que el resto de portavoces se pronuncien a ver qué les ha parecido nuestra propuesta, y, después, ya intervendré en el segundo debate.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Ahora tiene la palabra el señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señora Alarcón, retiro lo que dije de perplejidad en la proposición no de ley del señor Raynaud, porque encaja mejor en la suya.

[Risas.]

Mire, no, no lo voy a retirar del todo. Y ya le digo de antemano que voy a votar que sí a su propuesta. Pero pensé que estaba en la Comisión de Empleo, pensé que estaba en la Comisión de Empleo. Hasta el final, creo el último minuto y medio, no ha aludido usted a ese Plan de Turismo Joven, que a mí en principio me parecía la propuesta poco consistente. Repito que vamos a votar que sí, pero me parece poco consistente. Y cuando usted ya..., entendía yo que esto era un plan para favorecer que la gente saliese o se moviese por nuestra comunidad, facilitando eso, usted me viene con un plan de empleo, que no está mal, ¿eh?, que igual es que seguro que necesitamos un plan de empleo también para nuestros jóvenes.

Entiendo que los jóvenes, o con un Plan de Turismo Joven, usted quiere facilitar, favorecer la diversión, el turismo de naturaleza, el turismo deportivo, el turismo cultural, pero no acertamos a definir qué plan singularizado se pretende establecer. Cuando todo esto está presente en la oferta general de nuestra comunidad, de manera genérica, es cierto. Nosotros entendemos que lo que usted quería decir, no sé si ya de manera..., era una interpretación mía o está en el fondo de su propuesta, es facilitar a través de incentivos que los jóvenes puedan hacer uso del turismo, puedan moverse; facilitarles eso, porque tiene una disponibilidad presupuestaria evidentemente menor..., o tienen dificultad también de acceso al trabajo, y favorecer eso. Entendía que iba por ahí su propuesta, el facilitarles el acceso a la cultura, a la práctica deportiva, a viajar, etcétera. Bueno, repito que no me ha quedado al final claro, pero no voy a ser yo el que se oponga, ni va a ser mi grupo el que se oponga a que se establezca un plan de turismo que facilite el empleo, como usted ha dicho, y ayude a los jóvenes a disfrutar también de lo que significa el turismo.

¿Sobre los puntos? Yo, los puntos... Usted ahí... Al primer punto sí le quiero hacer una enmienda *in voce*. Y es que usted pone un plazo de seis meses, y lo único que le digo es que «durante el presente año». No sé..., si alarga un poquito más, pero teniendo en cuenta que cualquier plan, y aquí posiblemente haya que echar mano de disponibilidad presupuestaria, entendemos que eso ya tendría sentido de cara al próximo ejercicio. Por eso, en lugar de poner «seis meses», pues entendemos que es mejor que se dé un poquito más de tiempo para la realización de ese plan. Y el resto de los puntos, pues nada que decir, o sea, vamos a apoyar su iniciativa pese a esa cierta perplejidad, como decía al inicio, que me ha producido.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Por el Grupo de Podemos, la señora García.

La señora GARCÍA BUENO

—Muchas gracias, señor presidente.

Hace referencia esta proposición no de ley a la importancia dentro del sector turístico el tener en cuenta el turismo joven. Según los propios datos de la Organización Mundial de Turismo, crece con más rapidez, muestra más dinamismo, impulsan un cambio positivo. Algo importante en lo que hace hincapié esta proposición no de ley, con respecto al turismo joven, es que defienden el medio ambiente. Lo que parece indicar, según estos datos, que el turismo joven en la apuesta por el turismo responsable y sostenible.

Y la verdad es que esta afirmación no tiene nada que ver con la imagen que tenemos del turismo joven en algunas zonas. No se puede generalizar, pero en algunas zonas, desde luego, no es la imagen que tenemos. Un turismo *low cost*, de borrachera, sin importarles nada más del entorno que la fiesta, y menos aún los ciudadanos que habitan allí. Es un modelo insostenible desde nuestro punto de vista. La puesta debe ir encaminada, cada vez más, por un turismo sostenible, un turismo en el que viajar no esté reñido con el respeto a la sociedad del destino donde se viaja y con el medio ambiente.

Es cierto que la opción de hacer turismo sin dañar el entorno, un turismo que beneficia a la comunidad de acogida, es una opción poco conocida, y en la que los jóvenes, tanto los que viajan como los que emprenden en el sector, desde luego compartimos que tiene que haber un cambio de turismo joven al que hay actualmente de ese turismo joven *low cost*, hacia un turismo de calidad, un turismo —repito— sostenible.

Compartimos la propuesta de creación de un Plan de Turismo Joven de Andalucía, donde se tenga en cuenta toda esta problemática, y generados por el turismo *low cost*..., los problemas generados por un modelo, repito, insostenible. Compartimos además que, como indica esta proposición no de ley, que se cuente con todos los colectivos —asociaciones, partidos políticos, incluso añadiríamos sindicatos—. Y lo que sí nos ha dejado también un poco perplejos, como decía el portavoz de Ciudadanos, cuando hacía referencia la portavoz del Partido Popular sobre la triste realidad que sufre la juventud andaluza —índices de paro, la fuga de nuestros jóvenes mejor formados, que han tenido que emigrar, que aunque ella no hacía mención no-

sotros lo decimos—, pero no solo con el turismo se va a solucionar esta problemática, hacen falta muchísimos más planes. Y como decía el portavoz, bueno, pues parecía que estábamos en la Comisión de Empleo.

También tendrán algo que ver en esta situación no solamente las políticas del Gobierno andaluz, también han influido las políticas del Gobierno del Partido Popular a la situación de precariedad y de paro que sufre Andalucía, principalmente, precisamente en nuestros jóvenes.

En definitiva, para terminar, por último valoramos esta propuesta de creación de un Plan de Turismo Joven, en el sentido del turismo sostenible, de creación de empleo de calidad. Y por lo tanto vamos a votar que sí a esta proposición no de ley.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora García.

A continuación, tiene la palabra el Grupo Socialista, la señora Ramírez.

Tiene la palabra.

La señora RAMÍREZ MORENO

—Gracias, señor presidente.

Bueno, a mí realmente, y a mi grupo, no nos deja perpleja esta iniciativa, porque es a lo que nos tiene acostumbrados últimamente la señora Alarcón y sus señorías del Partido Popular. No sé si es que están muy nerviosos o que las ideas las tienen muy agotadas.

Es difícil no estar de acuerdo con la exposición de motivos que nos hace esta iniciativa. Habla del auge del turismo en Andalucía en los últimos años; que es una industria potente en nuestra comunidad autónoma; que últimamente nos da muchas alegrías cuando vemos los datos y las cifras que nos aporta. Hablamos de récord, de cifras históricas en visitas, en pernoctaciones, en gastos... Es más, el comienzo de 2018 nos muestra cómo Andalucía sigue reafirmando su liderazgo indiscutible al frente de esta industria turística. Hemos hablado mucho de este liderazgo, de las causas y las consecuencias que lo provocan y del comportamiento que está teniendo el turismo en nuestra comunidad autónoma. Hemos hablado también de la apuesta clara y decidida del turismo como un ente desestacionalizador, que reparta los flujos por todo el territorio. Así estamos viendo también las últimas cifras. Hemos hablado de un turismo que apueste por un desarrollo ordenado, que apueste por el turismo de calidad y de excelencia; de todo esto hemos hablado últimamente, de un compromiso también claro del Gobierno andaluz por hacer del turismo un sector clave, pero, aparte, un sector clave dentro del consenso y del diálogo. Y eso es indiscutible.

Pero me deja perpleja cuando hace usted la intervención que hace. Porque, vamos, que venga usted aquí a hablar ahora de planes de empleo... Ha hablado de todo menos del turismo de jóvenes. Claro que tampoco es verdad que nosotros no nos vamos a negar a que haya un plan, para nada. Ahora, actualmente no hay muchos datos que se conozcan en cuanto al turismo de jóvenes. Pero sí hay que decir que la Junta de Andalucía, el Gobierno andaluz, si está trabajando y planificando para adaptar el turismo a la tendencia actual.

Aquí también habló mi compañera Marisa, habló una vez del turismo de millennials, esta generación tecnológica que busca empleo, que busca crecer, que busca experiencias, que buscan, sobre todo, las posibilidades que les ofrecen las redes sociales y las nuevas tecnologías, y aquí tenemos un Gobierno andaluz que está actuando con un Big Data del turismo, a ver qué otras comunidades autónomas actúan con esta información que nos están aportando y con estas herramientas tan importantes para la planificación, que es fundamental para hablar de turismo en Andalucía.

Pero usted hace hoy aquí una componenda de cuestiones que yo no sé de lo que venía a hablar. Yo creo que a lo mejor esta proposición no de ley, en vez de redactarla usted, se la ha hecho su compañera, la Ministra Báñez, y la ha traído aquí a ver si colaba y poder decir todas esas barbaridades que usted ha dicho, porque hay que recordarle a su ministra Báñez, esta que hablaba de la movilidad exterior de los jóvenes, de que se marchaban a buscar aventura, cuando realmente eran jóvenes que salían de nuestro a buscar oportunidades a otros países. Quizás por eso le digo que lo mismo su compañera, la ministra Báñez, sido la que le ha dado esta información, porque precisamente su compañera la ministra vino antes de ayer a Andalucía a ponerse la medalla al hablar de crecimiento económico y buenos datos de empleo. Su compañera la ministra, busque en los teletipos, que lo va a encontrar.

Y usted, si busca en Google y pone empleo en Andalucía, seguro que le van a salir muchas entradas, algunas de ellas que le voy a recordar, como son los planes de empleo en Andalucía, que están creando más de 31.000 contratos en los dos últimos años. Quizás tendría usted que revisar la información, porque nuestra presidenta Susana Díaz no se encomienda a la Virgen del Rocío ni a ninguna otra Virgen, como su compañera Báñez, sino que pone medidas y herramientas para paliar esta situación. Por eso le digo que vaya información quien le haya redactado o quien le haya dado los datos para hacer esta iniciativa.

Porque también, ya que hablamos de jóvenes, como aquí hemos hablado de todo menos de turismo, ya que hablamos de jóvenes, también recordarle que su Gobierno lo primero que hizo cuando entró a gobernar fue cargarse la renta básica de emancipación de los jóvenes. También habría que recordarle lo que ha hecho con el sistema de becas, que no hay que pasarlo por alto.

En Andalucía tenemos el mayor sistema de becas, bonificamos las matrículas universitarias. Rajoy, su presidente, se está ahorrando 167 millones de euros gracias a la reforma del ministro de educación. Todos estos datos yo creo que usted los pasa por alto, por eso se los voy a recordar.

No tenemos ningún problema en pedir ningún plan, para nada. Yo sí me acogería a la enmienda que ha hecho el compañero de Ciudadanos, que tampoco nos vayan a venir a poner aquí el tiempo encorsetado, que seamos un poquito más flexibles y que haya tiempo para hacer un buen plan. No nos vamos a oponer por parte del Grupo Socialista. Ahora, hay algunas cuestiones que yo creo que son claves. Usted habla aquí de apostar por el turismo de calidad y asequible, no por un turismo *low cost*. Yo creo que lo mejor para apostar por un turismo de calidad no es hacer un plan, la mejor opción no es hacer un plan, sino que yo creo que lo que tendríamos que hacer es pedir en esta comisión hoy todos la derogación de la reforma laboral, porque creo que es el mejor plan que podemos hacer para que los jóvenes, con su independencia económica, con crecimiento económico, que puedan buscar empleo de calidad, puedan decidir el tipo de turismo que quieren hacer, ya decidirán si es turismo de calidad, asequible o *low cost*. Ningún plan va a venir a paliar esta situación, así que no hable de cuestiones que yo creo que no ha consultado siquiera y datos que no ha mirado, porque

es que la verdad es que nos ha dejado un poquito perplejos, porque otra cosa no, aquí hemos hablado mucho de las buenas cifras del turismo, y esto no es casualidad, Andalucía no es una isla, Andalucía trabaja con coherencia y sobre todo con planificación, y sobre todo trabaja de manos del sector, aquí lo hemos hablado en muchas ocasiones, cómo desde Turismo, desde el Gobierno andaluz, se está trabajando de la mano de todos los patronatos de turismo de todas las provincias, y además con todo el sector, no tenemos ningún problema en aprobar esta proposición no de ley, pero por favor, señora Alarcón, la próxima vez que vaya a traer una iniciativa díganos de qué quiere hablar, no haga la excusa de un plan joven, cuando de lo que ha querido hablar es de lo mala que es Susana Díaz, de lo malo que es el Gobierno andaluz y de lo mal que van las cosas en Andalucía, porque, vamos, agoreros ustedes son un rato.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Ramírez.

Seguidamente tiene la palabra la señora Alarcón, para pronunciarse en relación con las intervenciones de esta... Y tiene usted que pronunciarse sobre la enmienda *in voce* que el Señor Funes le ha planteado, que creo que la conoce y que ya la he entregado a la Mesa.

Gracias, señoría.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchas gracias, presidente.

Y yo estoy verdaderamente sorprendida por la perplejidad que ha causado esta proposición no de ley. Quizás la perplejidad se deba a que no están acostumbrados a hablar de empleo ni mucho menos de empleo joven, ni mucho menos de empleo joven gracias al turismo. Si esa es la perplejidad, lo siento mucho, lo siento mucho, señorías, porque han sido todos los que han dicho que les ha causado perplejidad. De todas formas, les agradezco enormemente a los tres que creyeran que estábamos hablando en la Comisión de Empleo. Es que de eso se trata, lo han entendido, o creo yo que lo han entendido, porque lo han focalizado adonde yo quiero llegar, a empleo juvenil y a empleo para nuestros jóvenes, que son los que están sufriendo el paro en ningún sitio más que en ninguna otra región de Europa, nuestros jóvenes andaluces, lo vuelvo a repetir porque es muy preocupante. Por tanto, si han creído que estábamos hablando en la Comisión de Empleo, me siento muy satisfecha, creo que algo están empezando a entender, aunque sea muy tarde, porque es muy tarde, pero estamos a tiempo —espero— de hacer algo.

[Intervenciones no registradas.]

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señorías, por favor.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Precisamente..., bueno, lo voy a tratar de resumir muy rápido, a ver si así lo entiende. Miren, se trata de crear empleo joven fomentando turismo joven, ¿lo entienden así? Porque, si es así, yo creo que es muy fácil: se puede crear empleo joven y podemos hacerlo, y mucho empleo, si enfocamos la estrategia turística en turismo también juvenil.

Y señoría de..., creo que ha sido la portavoz de Podemos, mire, precisamente también pretendemos borrar una imagen de vincular al turismo joven el turismo *low cost* o el turismo pues... Yo no quiero hacer hincapié en qué imagen del turismo joven, porque creo en otro turismo joven, que también conozco y que espero que ustedes vean y conozcan, que es ese turismo joven saludable, de gente sana, con buen rollo, como dirían ellos, de gente que viaja y se aloja en alojamientos tipo *hostels*, que son habitaciones compartidas, con un dinamismo y un optimismo y una generación de gente joven en positivo que nada dañan ni tienen esa imagen negativa de un turismo *low cost*. Y para que haya ese tipo de turismo y para que precisamente intentemos trabajar en ese plan de turismo joven de calidad, de turismo de calidad y asequible, es también por lo que presentamos esta iniciativa y este plan de turismo joven. Yo quiero agradecer a todos al final, pues que parece ser —según he entendido— que van a apoyar la iniciativa y van a votar a favor, y por supuesto acepto, porque creo que no está de más, por alargar un poco el periodo y para no encorsetar, como me ha dicho la señora portavoz del Partido Socialista, la enmienda *in voce* de que se haga en este año. Si se hace de verdad en este año, yo me doy por muy satisfecha. Así que, bueno, esto es lo que quería comentar.

Voy a dejar muy claro, para que no haya ninguna duda, que la ministra Báñez, Fátima Báñez, la ministra de Empleo y Seguridad Social, igual que el presidente del Gobierno de España, Mariano Rajoy, pueden venir a Andalucía y entrar por la puerta grande, por la puerta muy grande, porque han creado muchos puestos de trabajo, el triple de los que destruyó Zapatero cuando gobernaba en este país, más de 600.000 puestos de trabajo, más los que estamos todavía pendientes de crear. Por lo tanto, son muy bienvenidos a Andalucía porque los jóvenes que están teniendo una oportunidad de empleo, a día de hoy, saben muy bien que esa oportunidad de empleo la han conseguido gracias a la reforma laboral y gracias a un Gobierno del Partido Popular, a la ministra Báñez y a Mariano Rajoy.

Por lo tanto, bienvenido sea que me hayan apoyado al fin y al cabo la propuesta, a pesar de, bueno, los comentarios que han hecho y de la perplejidad que parece ser que les ha causado esta iniciativa. Pero si es perplejidad y la aprueban y la llevan a cabo, y termino enseguida, perplejidad bien recibida, bien entendida y gracias por el apoyo a la iniciativa a favor.

Muchas gracias.

[Intervenciones no registradas.]

10-18/PNLC-000063. Proposición no de ley relativa a declaración de interés turístico del Camino de Santiago en Andalucía.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señorías, ya queda poco para terminar.

Muy bien, bueno, después de haber escuchado a la señora Alarcón atentamente, vamos a pasar a la siguiente proposición no de ley, del Grupo de Podemos, relativa a declaración de interés turístico del Camino de Santiago en Andalucía.

Para eso tiene la palabra, para defender su proposición no de ley tiene la palabra el señor Moscoso.

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Exactamente.

Muy bien. Muchas gracias, señor presidente.

Bueno, esta iniciativa que trae hoy aquí el Grupo Podemos trata, sobre todo, de llamar la atención del Gobierno andaluz, aunque también la de los gobiernos municipales y provinciales de toda Andalucía, en relación al interés social, cultural, turístico, deportivo y medioambiental pues que suscitan los diversos tramos del Camino de Santiago en Andalucía, toda vez que ya hace años que lo viene haciendo el propio Gobierno de la Xunta de Galicia.

A nuestro juicio, pues Andalucía tiene una deuda pendiente, tiene una deuda pendiente con las asociaciones promotoras de la cultura jacobea, que llevan años recuperando y poniendo en valor, mediante su localización, señalización y mantenimiento, los trazados del Camino de Santiago que transcurren por Andalucía, que se concretan en el Camino Mozárabe, en el Camino Vía de la Plata y el Camino Vía Augusta, y que tiene una longitud ya reconocida de 1.112 kilómetros. Y, por tanto, consideramos que ya es hora de que esa deuda se satisfaga con el reconocimiento del trabajo que vienen haciendo y, sobre todo, con el máximo reconocimiento, que es el de declarar Bien de Interés Turístico a esos tramos del Camino de Santiago, para garantizar su recuperación, puesta en valor, promoción, mantenimiento y aprovechamiento de los mismos.

Aparte de esta iniciativa que impulsan las asociaciones de amigos del Camino de Santiago, como decía antes, ha sido el propio Gobierno de Galicia el que ha mimado el trabajo que aquellas vienen desarrollando en Andalucía. Y no en vano, en 2009, la Xunta de Galicia concedió el Premio Elías Valiña, que anualmente otorga a las entidades destacadas por su labor a favor del Camino de Santiago en el mundo, a la Asociación Amigos del Camino de Santiago Vía de la Plata, de Sevilla, reconociendo a la entidad andaluza el esfuerzo revitalizador y promocional de los caminos de Santiago en nuestra comunidad.

Con todo, pues desde Podemos consideramos que los caminos de Santiago en Andalucía son una manifestación patente del patrimonio andaluz en muchas de sus facetas: arquitectónico, paisajístico, religioso, gastronómico, natural y cultural, que nos ayudan a recordar nuestra historia y los valores de nuestro presente. Una manifestación que supone, también, un importante estímulo turístico y económico para los pequeños

comerciantes y vecinos de los pueblos por los que transcurre dichos caminos. Y, por tanto, resulta de vital importancia protegerlo y fomentar su uso, como planteamos hace unos meses, en una moción municipal en el Ayuntamiento de Guillena, a través del grupo municipal, Guillena Sí Se Puede, y que contó con el apoyo unánime de toda la corporación.

Consideramos que es necesario impulsar el trabajo de las asociaciones andaluzas del Camino de Santiago, dinamizar las actuaciones de las administraciones locales y provinciales, como también la de la propia Administración andaluza, empezando por ordenar la declaración de Interés Turístico de Andalucía, de los caminos de Santiago que transcurren por nuestra tierra, a través del Decreto 116/2016, de 5 de julio. Una declaración que nosotros creemos pues que podría aportar un aliciente más para que lo transiten aquellas personas, no solo las que realizan el camino, sino las que puedan apreciar el entorno, las costumbres, el patrimonio arquitectónico y la gastronomía de nuestros pueblos, a través del turismo y el deporte.

Además, creemos que es fundamental diseñar una línea específica de actuación, en el seno de la Consejería de Turismo y Deporte, para la promoción del turismo jacobeo, que se puede sumar a la de otro tipo de ofertas vinculadas con los caminos y senderos —por ejemplo, caminos por espacios naturales protegidos, caminos de la Memoria Histórica, etcétera—, pues colaborando con asociaciones culturales, deportivas y ecologistas, administraciones locales y diputaciones provinciales, así como grupos de desarrollo rural y empresas que potencien pues la actividad turística en torno al Camino de Santiago en Andalucía.

Y contribuir a la Ley 3/2017, de Regulación de los Senderos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, a la puesta en valor, registro, protección, señalización y mantenimiento de los diversos trazados originales e históricos, debidamente datados, del Camino de Santiago en Andalucía con fines turísticos, culturales, medioambientales y deportivos.

Por último, creemos que es necesario atender, como prioridad de actuación del Gobierno andaluz, los puntos negros del Camino de Santiago a su paso por el conocido enclave del Salto de la Trocha, el puente de La Algaba, en el antiguo trazado llamado Tren de La Cala que, en algunos casos, se ha llevado incluso a la vida de algunos peregrinos por falta de fuentes de agua potable, como le ha ocurrido a varios peregrinos extranjeros, los dos últimos años en los que, bueno, peregrinos alemanes, fundamentalmente, han fallecido por deshidratación en ese trazado del camino. Son unos cuarenta a cincuenta kilómetros donde no hay absolutamente ningún agua.

O han llevado a que la Red del Camino de Santiago amenazara a los ayuntamientos por cuyos municipios transitan algunos tramos del camino de excluirlos del mismo, como es el caso pues de la Vía de la Plata, por la falta de compromiso en el mantenimiento, como ocurre, en este caso, en esa Vía de la Plata en el caso del Arroyo de los Molinos de Guillena.

En fin, esperamos contar con el apoyo de todos los grupos, y no tengo nada más que añadir.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Moscoso.

A continuación, la intervención de los portavoces para posicionarse en relación con esta proposición no de ley. Y tiene la palabra señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Muy breve, para posicionar a mi grupo a favor de esta interesante iniciativa que nos trae el Grupo Podemos, relativa al Camino de Santiago, posiblemente un gran desconocido en nuestra comunidad, a pesar de contar, como ha indicado el proponente, con más de mil kilómetros y con cuatro vías: Vía Augusta, Vía de la Plata, Camino Mozárabe y Camino del Sur.

Valoramos la importancia que tiene el senderismo, las posibilidades que genera, las sinergias que se establecen entre los distintos lugares y provincias por donde se suceden esos caminos. Y, en este sentido, también, interpretamos el premio que se le dio, y que viene recogida en la exposición de motivos, el Premio Elías Valiña, que le concedió la Xunta de Galicia en 2009 a la Asociación de Amigos del Camino de Santiago, Vía de la Plata, de Sevilla.

Por eso, la petición de que, con motivo de su 25 cumpleaños, para darles un impulso se declare como fiesta o celebración de interés turístico, pues nos parece muy apropiado.

También nos parece adecuada la promoción de ese turismo jacobeo, que va más allá de lo que es Galicia, como aparece en el punto 2, y que supone, además, recuperar nuestra historia, porque eso significa fortalecer nuestra identidad.

Y apoyamos también los puntos 3 y 4.

Por tanto, un sí, pleno al 15, en la propuesta que nos trae hoy el Grupo Podemos.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Señor Raynaud, por el Grupo del Partido Popular.

El señor RAYNAUD SOTO

—Gracias, señor presidente.

Señorías, nos pronunciamos, en relación a la proposición no de ley presentada por el Grupo Podemos, y puntualizamos que el Camino de Santiago ha desarrollado una importantísima función de conexión de pueblos y culturas a lo largo de la historia.

Es por ello que el 23 de octubre de 1987, los caminos de Santiago fueron declarados por el Consejo de Europa como el Primer Gran Itinerario Cultural Europeo.

Esta dimensión de acercamiento y de convivencia entre gentes de muy diversas culturas ha vuelto a hacerse realidad en nuestros caminos, en gran parte, gracias a la labor desarrollada por esas asociaciones ja-

cobeas, que luchan por mantener vivo el espíritu y los valores de la peregrinación tradicional adaptándola, sin duda, a las necesidades vigentes del actual siglo **xxi**.

Por estos caminos, por estos caminos del sur peninsular, comunidades mozárabes procedentes de Andalucía, llegaron a los reinos del norte, aportándoles un impulso renovador de cultura y de arte. De ellos son elocuentes pues testimonios gráficos de la arquitectura, la miniatura o la epigrafía.

El caminante moderno recupera, en esta ruta, valores perdidos y que, sin embargo, son capaces de revivirla; valores universales de solidaridad, de comunicación, de apertura a la diversidad... Valores, en suma, fundamentales para una sociedad global como la que vivimos en estos tiempos.

Por lo tanto, nos hemos permitido, de alguna manera, en reconocimiento a esa declaración del Consejo de Europa, y ese matiz cultural que tiene el Camino de Santiago, el proponerle al grupo que presenta la proposición no de ley una enmienda de adición, en la cual lo que pedimos es que, de alguna manera, se potencie ese recuerdo y que se ensalce en Andalucía, por aquellos municipios por los que circulan las rutas, por aquellos parajes, por aquellas zonas, por aquellas comarcas, que el Camino de Santiago fue declarado como Primer Itinerario Cultural Europeo, declarado por el Consejo de Europa y, como he dicho, en el 23 de octubre de 1987.

Esa es nuestra modesta aportación a la proposición no de ley, que ya indicamos que va a contar con nuestro apoyo y que tiene un marcado cariz cultural, y que no hemos incluido la palabra de «Consejería de Cultura» por temor a que en la calificación nos la fueran a desviar y, por lo tanto, no fuera a ser debidamente calificada en esta comisión como complemento a la proposición no de ley.

Muchas gracias, señor presidente.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Seguidamente, la señora Velasco tiene la palabra para defender su posición en relación con esta proposición no de ley.

La señora VELASCO GONZÁLEZ

—Sí. Gracias, señor presidente.

Señorías, buenas tardes a todos y a todas.

Esta PNL que hoy nos presenta el Grupo Parlamentario de Podemos para la declaración de Interés Turístico del Camino de Santiago desde Andalucía, pues, hay que recordar que tiene que cumplir con el Decreto de Ley 116/2016, de 5 de julio, por el que se regulan las declaraciones de Interés Turístico de Andalucía.

En el artículo 6 es donde se recogen los requisitos a cumplir para que pueda darse este reconocimiento. Y ya será la Consejería de Turismo y Medio Ambiente la que valore el cumplimiento de dicho decreto ley para tal reconocimiento. Ese es el procedimiento a seguir, y así queríamos recordarlo.

Desde el Grupo Parlamentario Socialista, queríamos agradecer, especialmente a la Asociación Amigos del Camino de Santiago de Andalucía, y a todas las asociaciones que lo componen, el trabajo que están lle-

vando a cabo por todo el territorio andaluz, ya que cada vez más son los peregrinos que, atraídos por la buena señalización, la red de albergues, muchos de ellos municipales, como es el caso de Guillena, refugios y la gastronomía, comienzan desde algún punto de Andalucía su peregrinación, su andadura hacia Santiago de Compostela.

El trabajo coordinado de las distintas consejerías, de las diputaciones, de los propios ayuntamientos y de las asociaciones —como digo— es fundamental para seguir haciendo cada vez más atractivas y más ricas las rutas desde Andalucía hasta Santiago.

Como se dice en la exposición de motivos de esta PNL, Andalucía es la segunda comunidad autónoma que más peregrinos aporta al Camino de Santiago. Esto supone para nuestra tierra una importante riqueza cultural y social, especialmente el camino de la Vía de la Plata, que es uno de los principales itinerarios turísticos y culturales de España, y uno de los más importantes de Europa. De ahí que la Consejería de Turismo firmara un protocolo bajo el título «Red de cooperación de ciudades en la Ruta de la Plata», cuya vigencia es de 4 años, se firmó en el 2016 y llegará hasta el 2019. De él forman parte cuatro comunidades autónomas, entre ellas, nuestra tierra, Andalucía. Con este acuerdo, las comunidades y la red de cooperación pretenden impulsar que todos los territorios involucrados se identifiquen con la ruta en su conjunto, para poder promoverla entre las grandes rutas viajeras del mundo, con el objetivo último de incrementar el movimiento turístico a lo largo del itinerario y su implantación en los mercados nacionales e internacionales.

Esta red de cooperación de las ciudades en la Ruta de la Plata, junto a las 4 comunidades autónomas, definen conjuntamente planes de actuación que se sustentan sobre cuatro pilares básicos, como no podía ser de otra manera: un plan de promoción, un plan de comunicación, un plan de ediciones y un plan de apoyo a la comercialización. Además también de la importancia de otros caminos, como el mozárabe en Granada, Almería, etcétera, que suponen un enriquecimiento cultural y de promoción, y un encuentro social para la sociedad en su conjunto, importante en todas las ciudades y municipios que atraviesan.

El contacto y la figura del peregrino es enriquecedora, y lo digo con conocimiento de causa, ya que Guillena, que es mi municipio, es mi pueblo, es uno de los municipios de la Vía de la Plata en el que vivimos y compartimos muchas inquietudes y experiencias con los peregrinos. Por eso, quería resaltar la figura del peregrino, que para nosotros es de gran importancia y valor.

En definitiva, el Camino de Santiago, señorías, supone un atractivo para nuestra tierra, como aquí bien se ha dicho y también para nuestra economía.

Mi grupo parlamentario ha presentado dos enmiendas que esperamos nos acepte el grupo proponente, al punto 1 y al punto 2. Porque entendemos que es fundamental respetar la autonomía local, por lo que la motivación y el impulso para la declaración de Interés Turístico del Camino de Santiago desde Andalucía deben venir del acuerdo plenario de los municipios afectados.

Quién mejor que ellos, señorías, para impulsar y promover la distinción de ruta e itinerario de interés turístico del Camino de Santiago desde Andalucía que los responsables y los conocedores de la repercusión y las vivencias de estos tramos en el municipio. Una distinción, sin lugar a dudas, muy importante para el conjunto de Andalucía de la que nos sentiremos todas y todos muy orgullosos.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Velasco.

Para cerrar el capítulo de debate sobre esta proposición no de ley, tiene la palabra el señor portavoz de Podemos. Recordarle que tiene usted que manifestarse en relación a las enmiendas. Tenía una enmienda del Grupo Popular, de adición, con un punto nuevo, y dos enmiendas del PSOE, de modificación al apartado 1 y al apartado 2. Por lo tanto, requiere que usted se pronuncie sobre ese tema en su intervención.

Nada más y muchas gracias.

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Muchas gracias, señor presidente.

Voy a ser breve, porque, entre otras cosas, tampoco hay discrepancias. Con lo cual, para empezar, agradecer la posición favorable de todos los grupos, que compartan el espíritu de esta iniciativa y la necesidad de seguir haciendo esfuerzos por dar a conocer e incorporar, en la amplia oferta turística de nuestra tierra, también aquellas infraestructuras que están relacionadas con el turismo jacobeo y la práctica del senderismo a través del Camino de Santiago.

Por lo tanto, me voy a centrar en las enmiendas que, en relación a la presentada, la enmienda de adición del Grupo Popular, la vamos a aceptar porque entendemos que enriquece mucho mejor las propuestas que recoge nuestra iniciativa, y hace énfasis en esa labor de divulgación y promoción de las actividades por parte de estos colectivos que consideramos de justicia.

Y, en relación a las dos enmiendas presentadas por el Grupo Socialista, también vamos a aceptar las dos. Entendemos que aclaran y mejoran la redacción de nuestros puntos, los fragmentos que vienen en negrita. Entendemos que tiene que contar con el apoyo plenario de los ayuntamientos, de los municipios afectados. Ya hay, por ejemplo, un acuerdo plenario como es el caso de Guillena, pero debería ser lo normal en ese sentido. Y, bueno, el matiz que plantea en una de ellas de continuar con el diseño de la línea de actuación, porque ya hay un trabajo, aunque bien es cierto que hay que seguir haciendo esfuerzos, sobre todo porque algunos de esos tramos —como he señalado antes— han sido susceptibles y, de hecho, amenazados por la propia red y fundación del Camino de Santiago de excluirlos porque no se estaban manteniendo adecuadamente, ¿no? Porque hacía falta dotar de infraestructuras que hicieran viable el tránsito por esos caminos en algunos tramos donde no es viable el tránsito de personas.

Y voy a volver al comentario que ha hecho antes el señor Raynaud, portavoz del Grupo Popular en esta iniciativa, que tenía que ver con la componente cultural, ¿no? Voy a hacer alusión al artículo 4, a un fragmento del artículo 4 de la Ley de Senderos, de la que todos y todas participamos en esta comisión, en la que se decía, artículo 4, uso de los senderos: «los senderos constituyen instalaciones de carácter multifuncional, desempeñando funciones como la social, económica y cultural, que se concretan en usos tales como el conocimiento y disfrute de la naturaleza, la práctica deportiva, el turismo, la comunicación entre poblaciones, el tránsito para la gestión agrícola, ganadera y forestal, el paso de peregrinos, la guardia y custodia de las propiedades privadas, la actividad cinegética u otras de diversa naturaleza». Con lo cual, ya lo contemplamos,

probablemente fue fruto del enriquecimiento, de la participación de todos los grupos por supuesto, y también de los agentes sociales y, en este caso, de la Federación Andaluza de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago, y estuvieron presentes en esa tramitación de la ley.

Y solo decir que en este empacho de caminos y senderos que llevamos en esta legislatura, me comprometo a no seguir flagelándoles mucho más, con la salvedad de la que viene, porque ya estoy desarrollando esa labor en la Comisión de Medio Ambiente, y le voy a pasar la pelota a otro consejero.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Moscoso.

10-18/PNLC-000064. Proposición no de ley relativa a la recuperación y puesta en valor de la vía verde de Sierra Morena, Córdoba-Cerro Muriano

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a seguir con el orden del día y vamos a debatir la última proposición no de ley, que también es del Grupo de Podemos.

Y, si no me equivoco, tiene la palabra también el señor Moscoso para defender su proposición no de ley, que es relativa a la recuperación y puesta en valor de la Vía Verde Sierra Morena-Córdoba-Cerro Muriano.

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Muchas gracias. Señor presidente, gracias de nuevo.

Bien, esta iniciativa es diferente de la anterior, pero están en la misma línea de ese marco de propuestas relacionadas con el aprovechamiento de..., en este caso de caminos viarios, y pretende impulsar la recuperación y puesta en valor de un tramo muy concreto, de la antigua vía férrea de Córdoba a Almorchón, que transcurre desde el núcleo municipal de Córdoba y uno de los barrios, un barrio del municipio, diseminados, conocido como Cerro Muriano, que creo que es un barrio conocido ampliamente en nuestra geografía. Una puesta en valor que tiene como objetivo, pues, destinarlo a fines turísticos, deportivos y recreativos, especialmente a fines relacionados con la práctica del senderismo, el cicloturismo y la actividad ecuestre. Se trata de un tramo de antigua vía de ferrocarril, con un recorrido de 14 kilómetros y que podría sumarse a los ya recuperados y puestos en valor en esa misma vía férrea a lo largo del Valle del Guadiato y de los Pedroches, donde hay distintos tramos diseminados de esa puesta en valor, y también a los propios de la Vía Verde recuperada, que hay desde Córdoba, llamada Vía de la Campiña, que son 85 kilómetros ya puestos en valor. Con lo cual, se pueden comunicar desde los dos extremos de la ciudad.

Desde hace catorce años, y de forma continuada, pues se ha venido celebrando la Marcha Reivindicativa de la Vía Verde Córdoba-Cerro Muriano, que cada año pues moviliza a centenares de personas a través de asociaciones deportivas, vecinales, culturales y juveniles, así como a empresarios y empresarias del sector de la hostelería y el turismo. Y a través de esa marcha pues se reclama esa recuperación y puesta en valor de este tramo, con el objetivo pues de garantizar su disfrute para fines de ocio. Córdoba es una ciudad en la que existe una importante afición al senderismo y a caminar por vías rurales, si bien también con el objetivo de contribuir a la diversificación de la actividad turística en Córdoba.

Y sobre este asunto, lo que atañe a lo de la Junta, pues esta ha venido actuando en el pasado en el marco del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020, que contiene, pues, entre sus programas, el programa 28, de complementariedad entre segmentos, destinos y productos turísticos, en cuyo desarrollo pues se prevé el aprovechamiento de la red de vías verdes para la práctica de actividades como senderismo, cicloturismo y turismo ecuestre, y como producto turístico dinamizador de un determinado espacio territorial y generador de sinergias con otros segmentos, como cultura, gastronomía y naturaleza. Estoy

hablando literalmente de este programa. En particular, como producto turístico potenciador del territorio, de los segmentos y de los micro productos turísticos, tal como respondía por escrito el consejero de Turismo y Deporte de la Junta Andalucía a la pregunta que formulé hace dos años, relativa a vías verdes.

Y justamente en Andalucía pues se han puesto en valor más de 500 kilómetros de antigua vía férrea a lo largo de 16 tramos distintos, de Villaverde, gracias pues a la colaboración entre administración central, gobierno autonómico, diputaciones, ayuntamientos, grupos de desarrollo rural... Con lo cual, dado que parece existir precedentes previos de actuación y constancia por parte del ejecutivo andaluz, incluso interés y conciencia de la importancia que las vías verdes, como ha puesto de manifiesto el propio Grupo Socialista en el pasado, trayendo aquí iniciativas justamente para impulso de las vías verdes en Andalucía, entendemos que desde el Gobierno de Andalucía pues se debe seguir haciendo esfuerzos para poner en valor, pues, esos antiguos tramos ferroviarios aún en desuso, en nuestra comunidad autónoma, lógicamente en colaboración con ayuntamientos y diputaciones provinciales de Andalucía.

Pero, claro, esos esfuerzos no se concretan tan solo en expresiones de buena voluntad y de interés, como la proposición no de ley que se trajo aquí por parte del Grupo Socialista, sino también efectuando previsión de inversiones económicas que permitan que la recuperación de esa vía férrea sea posible. Y no quiero decir que solamente se deba hacer por parte del Gobierno andaluz, que debe hacerse también por parte de las otras administraciones competentes y con capacidad de hacerlo. No quiero decir que no se haya hecho en el pasado, sino que para que sea efectiva esta iniciativa se debería contemplar algo más que la mera expresión de interés. Con lo cual, no..., los puntos que recoge la iniciativa creo que ya lo tienen ustedes claro y no voy a extenderme más. Simplemente pedir el apoyo de todos los grupos también con esta iniciativa.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Moscoso.

Señor Funes, le toca a usted ahora.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

No hay duda de que el señor Moscoso es enemigo acérrimo de la vida sedentaria.

[Risas.]

El programa de Vías Verdes que nos trae hoy nos permite recuperar vías de tren que han caído en desuso, para destinarlas a un uso deportivo, al senderismo, a la práctica del cicloturismo. En este caso nos trae a debate la popularmente conocida como Vía de la Sierra. Se trata de una línea férrea que unía las localidades de Córdoba con Almorchón, como ha indicado el proponente, estrechamente ligada a la industria minera de Cerro Muriano-Obejo. Es verdad que hay asociaciones que desde hace años organizan una marcha reivindicativa desde Córdoba a Cerro Muriano, para solicitar el adecentamiento y la preparación de esta vía para poder ser usada con fines deportivos. La propia Administración, en el Plan General de Turismo Sosteni-

ble, aboga por esta nueva utilización de las vías que ya están en desuso, concretamente dentro del programa P-28, y para ello hay un presupuesto fijado. No sabemos si tendrá en cuenta —y en este sentido va una de nuestras enmiendas—, si tendrá en cuenta en ese presupuesto fijado la..., esta vía en concreto.

Mi grupo le presenta dos enmiendas. De modificación la primera, y es que se solicite un estudio, se haga un estudio para ver lo que supone recuperar y poner en valor como vía verde este tramo de antigua vía férrea. Y el segundo punto, dado por hecho, nosotros entendemos que ese informe, ese estudio, pues va a concluir que ese cambio es conveniente y es adecuado..., en el segundo punto pedimos que se concreten las actuaciones a llevar a cabo por parte de la Consejería de Turismo en 2018, como parte del Plan..., del P-28, del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020. Y, en el caso de que esta actuación no se contemple en el mismo, valorar la inclusión para el año 2019, en lugar de hacer un cambio presupuestario, una modificación presupuestaria.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

La portavoz del Grupo Popular, la señora Alarcón, tiene la palabra para posicionarse en relación con la PNL.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias, señor presidente.

Y bueno, primero confirmar que nosotros vamos a aprobar esta iniciativa del señor Moscoso, del Grupo Podemos, porque creemos que viene a enriquecer una actividad que, efectivamente, comparto con el señor Moscoso que, para quien no lo sepa, en nuestra provincia, en Córdoba, hay una afición enorme, tremenda al senderismo. Yo no sé si se la debemos en parte al señor Moscoso o si se la debemos al resto de los cordobeses que, afortunadamente, pues tienen en esta actividad turística, deportiva, pues un escape..., un escape que cada vez está creciendo, además abarca todo tipo de segmentos de edad y por supuesto de sexo. Por lo tanto, es una actividad muy sana, muy saludable, muy integradora, que debemos reforzar desde las instituciones. Y por ese motivo vamos a votarla a favor.

Y esta afición cordobesa, aparte de porque es muy sana, muy saludable, y a los cordobeses nos gusta llevar una vida sana y saludable, también es porque hay una gran virtud que yo siempre trato de..., y he tratado en mis cargos anteriores de resaltar y realzar, ¿no?, que es que Córdoba tiene su..., lo que es el campo, lo que tiene..., los senderos los tiene a pie de ciudad. Es decir, es de las pocas ciudades que tiene a eso, a 14 kilómetros, e incluso a menos, la sierra, la sierra cordobesa, que es una maravilla para hacer senderismo y que está al lado. A diez minutos paseando o a diez minutos en bicicleta está la sierra cordobesa. Y esa cercanía de 14 kilómetros, a la que se refiere en la proposición no de ley el señor Moscoso, pues, también es verdad que son catorce años coincidentes los que se lleva sin aprovechar este espacio, que estamos absolutamente de acuerdo en que se ponga en valor. Como, por ejemplo, y aprovecho para intentar volver a insistir en poner en valor otra estación de ferrocarril, como es la de Villanueva del Duque, que nosotros en reitera-

das ocasiones hemos llevado, y seguimos presentando como enmienda a los presupuestos de la Junta de Andalucía, porque también es otra estación que permite este aprovechamiento, la estación de ferrocarril de Villanueva del Duque. Pero, claro, necesita impulso económico, porque no se puede hacer por dos euros ni de hoy para mañana. Así que votamos a favor. Y sí quiero comentar que nosotros hemos tratado de presentar dos enmiendas, que creemos que vienen a mejorar un poco el texto; una es, simplemente, un matiz dentro del primer punto, que ya lo tiene el señor Moscoso, y me imagino que ahora se pronunciará; y otro es que, hagamos lo que hagamos, si finalmente se pone en valor esta estación de allí, de Cerro Muriano, lo que viene a recoger la proposición no de ley, pues, lo ideal sería hacerlo en colaboración y con el asesoramiento de la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, una fundación del sector público estatal que ya viene trabajando, desde 1993, en la promoción y en la coordinación, a nivel nacional, del programa de las vías verdes.

Así que, por nuestra parte, votos a favor, y esperemos que se acepten la enmiendas para recuperar y poner en valor la vía verde de Sierra Morena-Córdoba-Cerro Muriano.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Señor Castellano, creo que le corresponde intervenir ahora, por el Grupo Socialista.

Señor Castellano.

El señor CASTELLANO GÁMEZ

—Muchas gracias, presidente.

Señorías.

Bueno, brevemente, porque, en líneas generales, estamos de acuerdo con lo que plantea el grupo proponente de Podemos respecto a la recuperación y puesta en valor de la vía verde de Sierra Morena-Córdoba-Cerro Muriano, que es como se titula esta proposición no de ley. Y estamos de acuerdo y, además, lo dijimos ya el año pasado, como también hacía el señor Moscoso mención, en una proposición no de ley que presentamos, este Grupo Parlamentario Socialista, en esta misma comisión de Turismo y Deporte, y que llevaba por título *El impulso y fomento de las vías verdes en Andalucía*. Es decir, era una proposición no de ley más amplia, puesto que hablaba de la importancia que tienen las vías verdes, de la importancia que tienen como vías férreas en desuso, que son reaprovechadas para un uso turístico en, bueno, todo lo que son..., sirve para el senderismo, para cicloturismo y, en definitiva, para todo lo que no signifique desplazamiento motorizado. Y, en ese sentido, pues es importante, tanto para el deporte, la práctica del deporte, salud, como también, cómo no, para el turismo activo, en esa promoción de un espacio que está en desuso para el fin que fue creado, pero que, dentro del contexto ambiental, dentro del contexto territorial, y por lo que supone para promoción de una actividad que también genera beneficios económico en el territorio, pues, tiene una importancia innegable. Y, de hecho, así hacíamos mención en toda la exposición de motivos, al igual que el grupo proponente de Podemos, y el señor Moscoso, pues, también, con esos mismos argumentos, ha hecho parte o ha dotado de contenido a esa exposición.

Incluso, bueno, veníamos a plantear en la proposición no de ley, pues, algo que también suscribe esta proposición no de ley que se trae hoy a esta comisión, que es, pues, todo lo que es el impulso a nuevos trayectos, a nuevos itinerarios de vías verdes. Son ya más de quinientos kilómetros los que hay, hoy por hoy, en Andalucía, de vías verdes. Y es verdad que hay más posibilidades de que puedan ser ampliados, como el caso de la que aquí se propone; y es verdad que, en ese sentido, pues, aunar los esfuerzos de las distintas administraciones, partiendo de la base de la que es competente en esas infraestructuras, como es el Ministerio de Fomento, a través de la Fundación de Ferrocarriles y de la propia ADIF, o de las administraciones competentes de carácter local, llámese Diputación Provincial, llámese Ayuntamiento; aparte de esa cooperación, pues, también contar con el apoyo, como nosotros ya manifestamos, y fue aprobado en su día, de la propia Junta de Andalucía —se hacía mención a la Consejería de Turismo, pero también a otras consejerías—. Y, dentro de eso, plantea el propio grupo proponente de Podemos el apoyo de los grupos de desarrollo rural que, como ustedes saben, están dentro de la Consejería de Agricultura los mismos, en cuanto a asociaciones privadas que gestionan fondos públicos, entre otros, pues, de la Unión Europea, del Ministerio y también de la Comunidad Autónoma.

Por tanto, en ese sentido, nosotros entendíamos, o entendemos, que estamos de acuerdo con el punto uno, tal cual se plantea en esta proposición no de ley, en cuanto a la recuperación y poner en valor la vía de que se trata, con el apoyo mancomunado y conveniado de todas las partes. Y sí que matizaríamos el apoyo al punto 2, por cuanto que nos parece que significa cargar toda la responsabilidad en una administración, cuando el convenio es de todas, pero, además, hacerlo de una manera que puede que no haya ni lugar a ello porque, si hablamos del apoyo de un grupo de desarrollo rural, ya tiene presupuesto consignado; ya existe, por tanto, una consignación para ello, y no requiere de ninguna modificación presupuestaria, puesto que, como bien sabe el señor Moscoso, pues, ha habido una primera convocatoria de los grupos de desarrollo rural, de la ayudas del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía, al cual han podido concurrir proyectos como este, convocatoria que fue hasta el día 29 del mes de enero, pero va a haber sucesivas convocatorias en concurrencia competitiva, las cuales, dentro del grupo de Sierra Morena, pues, pueden concurrir, como le digo, pues, proyectos como este, que tienen los requisitos y el interés para ser subvencionados. Por tanto, como tal tampoco sería ningún problema, ni mucho menos necesario, por lo que figura en ese punto 2, de hablar de modificaciones presupuestarias, como incluso, pues, bueno algún grupo ha propuesto en una enmienda con el Grupo Ciudadanos, creo, con el cual, en esa redacción, nosotros podíamos estar mucho más de acuerdo, si cabe.

Por tanto, el apoyo en genérico del Grupo Parlamentario Socialista a esta propuesta para que sea considerada vía verde, pues, el tramo Córdoba-Cerro Muriano.

Gracias, presidente y gracias, señorías.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Castellano.

Señor Moscoso, ahora también se tiene usted que pronunciar sobre las distintas propuestas de enmienda que han hecho los grupos de Ciudadanos y del Partido Popular. Ya ellos mismos, los portavoces, han manifestado en qué sentido son sus enmiendas y, por lo tanto, usted me tiene que decir qué es lo que es lo que va a hacer con ellas, ¿no?

El señor MOSCOSO SÁNCHEZ

—Muy bien, muchas gracias, señor presidente.

Trato de ser breve. Agradezco la intervención de todos los portavoces de los grupos y me ciño a valorar las enmiendas.

En el caso de las enmiendas presentadas por el Grupo Ciudadanos, nosotros vamos a aceptar directamente la segunda enmienda, la enmienda al punto 2. Consideramos, compartimos que está mejor redactada así y, por ponerla a colación con la intervención del señor Castellano, compartimos que ni la Junta de Andalucía debe ser la única administración que asuma el esfuerzo de poner en valor este tipo de infraestructura, en tanto que se benefician ayuntamientos y diputaciones, ni es verdad que se puede forzar, a través de una iniciativa de esta naturaleza, un marco presupuestario concreto.

Por lo tanto, nos parece mejor redactada y la aceptamos tal cual; la tiene planteada el Grupo Ciudadanos, el punto 2.

En cuanto al punto 1, la enmienda de Ciudadanos no la aceptamos porque hay un estudio, señor Funes, un estudio que ha publicado el Ayuntamiento, justamente, en septiembre del año pasado, un estudio de impacto económico y, además, un estudio presupuestario. Con lo cual, entendemos que esa necesidad está satisfecha, está resuelta. Y yo, además, la puedo proporcionar al resto de grupos parlamentarios para que la tengan en su poder.

Con respecto a las enmiendas presentadas por el Grupo Popular, vamos a aceptar igualmente la enmienda al punto 3. Creemos que enriquece el texto, que amplía la coparticipación de administraciones —en este caso, de la Fundación de Ferrocarriles Españoles—. Y, en cambio, la enmienda al punto 1 no la vamos a aceptar porque, realmente, la inclusión que se incorpora a la redacción original, creemos que no es necesario. Es decir, decir la diferencia sería: «incluyendo las actuaciones que serían necesarias para la señalética de la vía verde», porque en la puesta en valor de esa vía se presupone que la señalética está implícita, también, como tal.

Bien. Agradecer de nuevo la posición de todos los grupos. Y esa es nuestra posición con respecto a las enmiendas.

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías.

Hemos culminado y sustanciado el debate planteado en la Comisión de Turismo y Deporte, y vamos a someter a votación las cuatro proposiciones no de ley que hemos debatido y que acabamos de finalizar en este momento.

La primera proposición no de ley es del Partido Popular, relativa a la inclusión del logo Best Travel 2018 Sevilla en las promociones turísticas de Andalucía.

Se inicia la votación.

El resultado de la votación es el siguiente: ha sido rechazada, al haber obtenido 5 votos a favor, 10 votos en contra, ninguna abstención.

Pasamos a la siguiente proposición no de ley, también del Partido Popular, relativa a la creación de un Plan Turístico Joven en Andalucía. En este caso, se aprueba con la inclusión de la enmienda *in voce* planteada por el Grupo de Ciudadanos y aceptada por el Partido Popular.

Se inicia la votación.

El resultado de la votación es el siguiente: ha sido aprobada por unanimidad.

La siguiente proposición no de ley que vamos a aprobar..., vamos, que vamos a votar, perdón, es relativa a la Declaración de Interés Turístico del Camino de Santiago en Andalucía. Aquí solamente decir que las enmiendas planteadas por el Grupo Popular, enmiendas de adición con un punto nuevo, el 5, y las enmiendas planteadas de modificación por el PSOE a los apartados 1 y 2, también han sido aceptadas por el proponente. Y por lo tanto se incluyen dentro de la proposición no de ley.

¿Votos a favor?

[Intervención no registrada.]

¿Perdón?

La señora BUSTINDUY BARRERO

—Perdone, presidente.

Nuestro grupo quiere pedir votación separada de la enmienda que propone añadir un punto nuevo, el punto 5, por entender que está fuera del ámbito de la competencia de esta consejería. La financiación de actividades culturales le correspondería a Cultura.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—De acuerdo, sin problema.

Vamos a votar primero el punto 5 y, después, votamos el resto.

Se inicia la votación.

El resultado de la votación es el siguiente: ha sido aprobado, al haber obtenido 8 votos a favor, ningún voto en contra, 7 abstenciones.

Se aprueba, por tanto, la proposición no de ley del grupo..., perdón, perdón, el punto 5. Y ahora votamos el resto de los puntos de esta proposición no de ley.

Se inicia la votación.

El resultado de la votación es el siguiente: ha sido aprobada por unanimidad.

Por lo tanto, queda aprobada la proposición no de ley relativa a la Declaración de Interés Turístico del Camino de Santiago en los términos ya planteados.

Y votamos la última proposición no de ley, también del Grupo de Podemos de Andalucía, relativa a la recuperación y puesta en valor de la vía verde de Sierra Morena Córdoba-Cerro Muriano.

Aquí, en este caso, el portavoz del Grupo de Podemos no acepta el punto 1 de modificación de Ciudadanos, sí acepta el punto 2. Y del Grupo Popular no acepta el punto 1 de modificación, la modificación del

punto 1, y sí acepta el punto 3 de adición por parte de Podemos. Por lo tanto, vamos a votar esta proposición no de ley en los términos manifestados en estos momentos por la presidencia.

Se inicia la votación.

El resultado de la votación es el siguiente: ha sido aprobada por unanimidad.

Nada más, señorías. Y a pesar de que estamos en unos días espléndidos en estos momentos, cuidado con la carretera.

[Se levanta la sesión.]

