

## COMISIONES



Núm. 231

VIII Legislatura

Año 2009

### TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

Presidencia: Ilmo. Sr. D. José Antonio Castro Román

Sesión celebrada el miércoles, 30 de septiembre de 2009

### ORDEN DEL DÍA

#### COMPARECENCIAS

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 8-09/APC-000596. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a petición propia, a fin de informar sobre los incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, durante la presente legislatura, en los municipios andaluces.
- 8-09/APC-000635. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre los incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, durante la presente legislatura, en los municipios andaluces, presentada por los Ilmos. Sres. D. Manuel Gracia Navarro, Dña. María Lourdes Martín Palanco, Dña. María Araceli Carrillo Pérez, Dña. María Cózar Andrades, D. Miguel Ángel Vázquez Bermúdez y Dña. Rosa Isabel Ríos Martínez, del G.P. Socialista.

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 8-09/APC-000629. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre el balance y análisis del sector turístico, durante el verano 2009, en la Comunidad Autónoma de Andalucía, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.
- 8-09/APC-000652. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de realizar un balance y analizar el

comportamiento del sector turístico andaluz durante el verano 2009, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

- 8-09/APC-000697. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, a fin de informar sobre la valoración de los datos de la industria turística, relativos al periodo estival en Andalucía, presentada por los Ilmos. Sres. D. Manuel Gracia Navarro, Dña. María Lourdes Martín Palanco, Dña. María Araceli Carrillo Pérez, Dña. María Cózar Andrades, D. Miguel Ángel Vázquez Bermúdez y Dña. Rosa Isabel Ríos Martínez, del G.P. Socialista.

---

#### PREGUNTAS ORALES

---

8-09/POC-000684. Pregunta oral relativa a las obras de ordenación y remodelación de la plaza de la Romanilla, en la ciudad de Granada, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular de Andalucía.

8-09/POC-000772. Pregunta oral relativa al plan de promoción y comercialización del turismo de interior y de naturaleza en Málaga, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. Dolores Blanca Mena y Dña. María Lourdes Martín Palanco, del G.P. Socialista.

---

#### PROPOSICIONES NO DE LEY

---

8-08/PNLC-000377. Proposición no de ley relativa a las medidas urgentes y extraordinarias para impulsar el comercio minorista en la provincia de Jaén, presentada por el G.P. Popular de Andalucía.

---

## SUMARIO

---

Se abre la sesión a las diez horas, seis minutos del día treinta de septiembre de dos mil nueve.

### Comparecencias

8-09/APC-000596 y 8-09/APC-000635. Comparecencias del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, sobre los incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, durante la legislatura, en los municipios andaluces (pág. 4).

Intervienen:

- D. Luciano Alonso Alonso, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.
- D. José Antonio Castro Román, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.
- D. Francisco Javier Oblaré Torres, del G.P. Popular de Andalucía.
- Dña. María Lourdes Martín Palanco, del G.P. Socialista.

8-09/APC-000629, 8-09/APC-000652 y 8-09/APC-000697. Comparecencias del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, sobre el balance y análisis del sector turístico durante el verano en Andalucía (pág. 14).

Intervienen:

- D. Luciano Alonso Alonso, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.
- D. José Antonio Castro Román, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.
- Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular de Andalucía.
- D. Ángel Javier Gallego Morales, del G.P. Socialista.

### Preguntas orales

8-09/POC-000684. Pregunta oral relativa a las obras de ordenación y remodelación de la plaza de la Romanilla, en la ciudad de Granada (pág. 25).

Intervienen:

- Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular de Andalucía.
- D. Luciano Alonso Alonso, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

8-09/POC-000772. Pregunta oral relativa al plan de promoción y comercialización del turismo de interior y de naturaleza en Málaga (pág. 28).

Intervienen:

- Dña. Dolores Blanca Mena, del G.P. Socialista.
- D. Luciano Alonso Alonso, Consejero de Turismo, Comercio y Deporte.

### Proposiciones no de ley

8-08/PNLC-000377. Proposición no de ley relativa a las medidas urgentes y extraordinarias para impulsar el comercio minorista en la provincia de Jaén (pág. 29).

Intervienen:

- Dña. Ángeles Isac García, del G.P. Popular de Andalucía.
- D. José Antonio Castro Román, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.
- Dña. Rosa Isabel Ríos Martínez, G.P. Socialista.

*Votación: rechazada por 8 votos a favor, 9 votos en contra, ninguna abstención.*

Se levanta la sesión a las trece horas, cinco minutos del día treinta de septiembre de dos mil nueve.

**8-09/APC-000596 y 8-09/APC-000635. Comparecencias del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, sobre los incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, durante la legislatura, en los municipios andaluces**

**El señor CASTRO ROMÁN, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Muy buenos días, señorías. Bienvenidos a la Comisión de Turismo, Comercio y Deporte.

Sin más dilación, si les parece, vamos a comenzar con el orden del día establecido, con el debate agrupado de las iniciativas de solicitud de comparecencia del excelentísimo señor Consejero ante esta Comisión, a petición propia del Consejo de Gobierno, a fin de informar sobre incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, durante la presente legislatura, en los municipios andaluces. Como ven, es un debate agrupado por la misma solicitud realizada por el Grupo Parlamentario Socialista.

Y, sin más, le pasamos la palabra al señor Consejero.

**El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE**

—Gracias, Presidente. Señorías.

Comparezco hoy, a petición propia, para informar —permítanme la expresión— de manera amplia sobre los recursos económicos, los incentivos de esta Consejería a todos los ayuntamientos andaluces. Pido, pues, benevolencia para el trabajo que hemos hecho de información y transparencia a los parlamentarios, porque queremos dejar bien claro que se trata de todos los ayuntamientos andaluces, independientemente del color político.

La Junta aplica siempre una política de colaboración, cooperación y ayuda con los 771 ayuntamientos que conforman nuestra Comunidad, ya que, en definitiva, partimos de la base de que todos buscamos un objetivo común: que la ciudadanía reciba una prestación de servicios públicos de calidad.

A mí me gustaría que, tras esta intervención y el posterior debate, pudiéramos cerrar el episodio de acusaciones que se han vertido en las últimas semanas sobre la arbitrariedad política y la falta de equidad en la distribución de subvenciones e incentivos por parte del Gobierno andaluz, y concretamente por parte de esta Consejería, y, realmente, quisiera convencer a sus señorías no solo con argumentos políticos, que también, sino con el peso de los datos.

Por ello, en primer lugar, permítanme recordarles que nuestro Estatuto de Autonomía y los ayuntamientos andaluces han visto recogida una amplia regulación de su ámbito de actuación política y administrativa, lo que

resulta de suma importancia, ya que, como sabemos, es la Administración local la que realiza una gestión más directa para solucionar los problemas cotidianos de los ciudadanos.

Nuestro Estatuto de Autonomía, por tanto, regula actuaciones concretas que marcan un protagonismo de los municipios en el conjunto de la organización territorial de Andalucía, que debe ser ejercido con autonomía. En este sentido debemos recordar que también el Presidente de la Junta, en su discurso de investidura, se comprometió a desarrollar en la presente legislatura, desde el diálogo, la cooperación y la lealtad institucional, dos leyes que, desde mi punto de vista, son muy importantes, como son la Ley de Régimen Local y la ley reguladora de la participación de los entes locales en los tributos de la Comunidad Autónoma.

Pues bien, señorías, partiendo de estas dos premisas básicas, Estatuto y compromiso de nuestro Presidente, y reconociendo que es necesaria una mejor definición de las competencias de los entes locales, junto a un sistema de financiación más adecuado, paso a detallar los incentivos otorgados desde nuestra Consejería entre 2008 y 2009. Pero, antes, dos cuestiones puntuales y esenciales desde mi punto de vista:

Una, las respectivas órdenes de convocatoria son públicas y establecen unos criterios claros y objetivos de distribución. Concurrencia competitiva, señorías. Por lo tanto, en primer lugar, transparencia y publicidad. El reparto se realiza con criterios de derecho y equidad, cumpliendo con todos los trámites de legalidad, fiscalidad y control de las cuentas públicas, como no podía ser de otra manera.

Y dos. La participación de los ayuntamientos andaluces y su petición de incentivos a través de las correspondientes órdenes regladas es voluntaria.

Esta Consejería atiende a demanda de los propios ayuntamientos, y, por ello, difícilmente veo que exista una posibilidad de arbitrariedad o subjetividad en la concesión. En definitiva, nada de discriminación sangrante y nada de desigualdad en el trato.

Pasemos, pues, a los datos.

Señorías, la Consejería ha destinado un total de 154.600.000 euros, durante 2008 y 2009, a los ayuntamientos andaluces. Esta inversión se distribuye de la siguiente manera: el 53,9% a los municipios gobernados por el PSOE —estamos hablando de 83 millones de euros—; el 22,2% para municipios gobernados por el Partido Popular —más de treinta y cuatro millones de euros—; el 19% a los gobernados por Izquierda Unida —es decir, más de veintinueve millones de euros—, y el 4,9% a los ayuntamientos gobernados por otras formaciones políticas —algo más de siete millones y medio de euros—.

Por tanto, señorías, deduzcamos que, de los 771 municipios andaluces, el 63,5% están gobernados por el PSOE y reciben el 53,9% de los incentivos de esta Consejería; el 17,4% están gobernados por el PP y

reciben el 22,2% de las mismas; el 10,5% tiene un gobierno local de Izquierda Unida, que obtiene el 19% de nuestros incentivos, y el resto, el 8,58%, que recibe el 4,9% de ayudas.

Es decir, señorías, por ser coherentes con los datos, esta Consejería no favorece a los ayuntamientos gobernados por los socialistas; muy al contrario, la diferencia es positiva a favor de los municipios gobernados por el Partido Popular y por Izquierda Unida, ya que obtienen casi cinco puntos los gobernados por el PP y 8,5 los gobernados por Izquierda Unida. Díganme dónde está la discriminación sangrante.

Y, si centramos el debate en los datos absolutos de la media que reciben los municipios, diferenciados por el partido político gobernante, vemos el trato equitativo en el reparto que realiza esta Consejería. La inversión media total que reciben los ayuntamientos andaluces durante 2008 y 2009 es de 199.740 euros; la inversión media que reciben los ayuntamientos gobernados por el PSOE es de 160.419 euros, frente a los 160.124 euros que reciben los municipios gobernados por el PP y los 357.740 para los gobernados por Izquierda Unida. Es decir, los municipios gobernados por el PP reciben de media 89.705 euros más que los gobernados por el PSOE, y los gobernados por Izquierda Unida más del doble de lo que reciben los gobernados por el PSOE; en concreto, 187.321 euros más. Como digo, más del doble. Por consiguiente, cabe preguntarse dónde está la ponderación política.

En todo caso, señorías, debería ser el grupo parlamentario que sustenta al Gobierno andaluz, el Grupo Socialista, el que, hoy, ante mi intervención, y con los datos por delante, se quejase de discriminación —y yo lo entendería, lo vería lógico—; pero también a mi grupo le voy a demostrar que, desde el punto de vista técnico y desde el punto de vista político, actuamos con criterios objetivos.

Lo cierto es que un criterio fundamentado exclusivamente en el número de habitantes sería injusto y no contribuiría a la cohesión territorial y reparto equitativo de la riqueza. Hay que tener en cuenta indicadores como la preexistencia o no de infraestructuras o equipamientos para poder alcanzar objetivos irrenunciables de redistribución de riqueza y mayor equilibrio territorial. Por ejemplo, señorías, ¿les parecería a ustedes una discriminación sangrante el proyecto de reparación y reposición del material de playas determinado como consecuencia de los daños ocasionados por el temporal del mes de abril? Esta situación motiva una subvención excepcional, solicitada por los ayuntamientos de Almonte, Ayamonte, Cartaya, Isla Cristina, Lepe y Punta Umbría, así como por la Mancomunidad de Isla Antilla, de casi 635.000 euros de aportación de esta Consejería. ¿Alguien puede pensar que en la Consejería nos ponemos a mirar si unos son del PSOE o del PP? Por favor, señorías, seamos serios. Y si hablamos de las subvenciones excepcionales para los barcos lim-

piaplayas, 2009-2011, vemos que esta Consejería aporta tres millones y medio, repartidos durante este período entre el Ayuntamiento de Málaga y las Mancomunidades de La Axarquía y de La Costa del Sol Occidental. ¿Quieren que repasemos quién gobierna en cada ayuntamiento?

Otro criterio y otros ejemplos. La rentabilidad turística. ¿Les parece inadecuado a sus señorías que el Gobierno andaluz apoye con firmeza y con muchos recursos económicos la recuperación de un municipio emblemático desde el punto de vista turístico como es Marbella? ¿O como Málaga? ¿O como Almería? ¿O que apostemos por Málaga y la Costa del Sol, destino maduro donde se concentra casi el 40% de la planta hotelera andaluza? ¿Qué criterios aplicamos para actuar allí? ¿Les parece políticamente sospechoso ese territorio de Andalucía?

La concesión de subvenciones en materia de turismo se rige por subvenciones regladas, determinándose con claridad cuáles son los proyectos subvencionables. La selección de proyectos a subvencionar responde a las necesidades detectadas para conseguir una oferta turística competitiva en territorios cuyo atractivo no viene precisamente determinado por su mayor número de habitantes. Un mayor número de habitantes no debe ser determinante como criterio de valoración para su concesión. Es más, en algunos casos, los municipios que cuentan con un menor número de habitantes precisan de mayores infraestructuras para satisfacer las necesidades de una población flotante, que en períodos turísticos supera con creces al número de residentes.

Y si quieren sus señorías, hablemos del Qualifica, el mayor plan de reposicionamiento y recualificación de destinos emprendido en todo el territorio nacional, cuyo objetivo es la mejora de la competitividad del destino de la Costa del Sol, bajo las premisas de calidad, sostenibilidad, rentabilidad socioeconómica, diferenciación y autenticidad. Un instrumento de primer nivel que está sirviendo de ejemplo al resto de administraciones públicas, y en el que hemos impulsado la participación y la implicación de todos los agentes turísticos. A su desarrollo destinamos en 2009 un total de 30.132.047 euros.

Vamos, por ejemplo, a ver las partidas presupuestarias del Programa de Rehabilitación de los Cascos Urbanos, cuya actuación supone una inversión de diez millones y medio de euros, para el período de vigencia del plan, financiado en un 80% por esta Consejería, 8,4 millones de euros. Y recordemos los gobiernos de cada municipio: Torremolinos, Benalmádena, Marbella y Fuengirola —PP— suman 4.650.000 euros—; Estepona y Mijas, 2.160.000; Casares y Manilva, 1.542.000. Como ven, el 50% de los municipios beneficiados por el Qualifica están gobernados por el Partido Popular, y, sin embargo, reciben el 55,70% de estos fondos. Los municipios socialistas representan el 25% y obtienen el 25,80% de los mismos.

Si lo prefieren sus señorías hablamos de los planes turísticos de grandes ciudades. La mitad, gobernada por el Partido Popular, recibe casi el 60% de los fondos; y la otra mitad, por los socialistas, obtiene el 40% restante de los recursos. Le digo nombres del Plan: Marbella —íntegramente la Comunidad Autónoma— 9.416.000; Granada, 5.769.000; Málaga, 13.260.000.

El programa presupuestario que sustenta los planes turísticos en 2009 destina un 41% a los municipios gobernados por el PSOE, 15.492.000 euros, y un 48% a los gobernados por el PP, casi dieciocho millones de euros. ¿Me quieren ustedes explicar dónde está la desigualdad de trato hacia el PP?

Pero también podemos hablar del Mercado de la Artesanía de Córdoba, independientemente de quién gobierne allí. Señorías, ustedes lo conocen porque ha ido esta Comisión. La mayor concentración de maestros artesanos se produce en Córdoba y el entorno. La situación de este edificio, el empuje de los profesionales, todo nos hacía invertir en este mercado. Y debo decirles que estamos muy orgullosos de que la colaboración con los artesanos andaluces haya permitido poner en marcha este centro, que es más que un museo, más que un centro de interpretación y más que un centro de investigación. Es una iniciativa pionera en España en la que la Junta de Andalucía ha invertido 2,8 millones de euros.

¿Y del mercado de Almería qué me dicen? Un mercado clave para la ciudad, maravilloso. La situación en la que se encontraba el mercado central de Almería requería de una actuación integral para adaptarse a este nuevo escenario de exigencia y renovar sus posibilidades comerciales, asumiendo el reto de modernización y de reestructuración que asegure su competitividad. El Gobierno andaluz, siempre ha manifestado su apoyo a este proyecto. A pesar de las dificultades que han alargado el proceso más de cinco o seis años, el Gobierno andaluz ha aprobado el mayor incentivo para la renovación o creación de un mercado de nuestra historia. Hablamos de una inversión aportada por la Junta de Andalucía para la reforma de este mercado superior a los cinco millones y medio de euros, el 40% del total. El Ayuntamiento pone el resto, 13.800.000 euros. Los mercados de abastos deben seguir siendo un referente para la actividad social y económica de los municipios.

Señorías, ustedes como yo saben que hay decisiones que escapan de la aplicación exclusiva del criterio poblacional, que es el único que utiliza el Partido Popular para acusar al Gobierno andaluz con unas afirmaciones que yo creo que ni ustedes mismos las comparten. Permítanme que les diga que en el fondo no se creen sus propias palabras. Los andaluces y las andaluzas han querido que el Partido Popular gobierne en la mayoría de las grandes ciudades, donde mayor concentración de población se produce y donde, digámoslo también, resulta más fácil para un ayuntamiento conseguir recursos económicos. Los ayuntamientos de

grandes ciudades tienen más recursos y más disponibilidad para firmar convenios y para acceder a incentivos de otras administraciones públicas —señorías, no neguemos esta realidad, desafortunada realidad para los más pequeños—; sin embargo, algunos no lo aprovechan.

Señorías del Grupo Popular, ¿podrían decirme por qué una capital gobernada por ustedes, como es el caso de Huelva, no ha solicitado ayudas en ninguna de nuestras líneas en materia de turismo en los últimos años? Hablábamos antes de la voluntariedad, pues en Huelva es poca. Les refresco los datos. En el Plan de Grandes Ciudades de 1999, se incluyó una actuación en Huelva, el edificio Puerta del Atlántico, que se justificó e inauguró en 2006 con una aportación de esta Consejería de más de setecientos cincuenta mil euros. En 2002 se le concedió una subvención de 84.000 euros para una oficina de turismo que, tras renunciar por no tener emplazamiento, se reintegró. Y desde entonces, ninguna petición. Será que el Ayuntamiento de Huelva no necesita ayudas de esta Consejería en materia de turismo.

Señorías, desde esta Consejería usamos criterios objetivos, y también la población, pero no solo la población. Por llevarlo al término de lo absurdo, veamos un ejemplo. ¿Cuánto le corresponde a un municipio de 3.000 habitantes, medio campo de fútbol o un cuarto de pabellón cubierto? En esa proporción, a una ciudad de 750.00 habitantes, como Sevilla, le corresponderían 166 campos de césped artificial. ¿Les parece eso lógico? Veamos, ¿creen ustedes que hemos establecido la declaración de municipios turísticos pensando solo en el color político de sus ayuntamientos? De los 15 municipios que la han obtenido, cinco están gobernados por el PP, siete por el PSOE, uno por Izquierda Unida y dos por otros partidos.

Señorías, la financiación en estos casos se basa en el volumen de población turística asistida; parámetro que se calcula teniendo en cuenta el número de pernoctaciones y las visitas a recursos turísticos. Pero además se prioriza entre aquellos municipios cuya población de derecho exceda de 5.000 y no supere los 100.000. Por medio de estas declaraciones el Gobierno andaluz participa en la consecución de un aumento sostenible y planificado de la competitividad turística de nuestra región, en coordinación con las administraciones locales, y compatible con la conservación y mejora medioambiental de sus municipios.

Y dentro del área de deportes, señorías, nos ha acusado el PP de discriminación sangrante. No se molesten si les digo que es absolutamente falso. Del total del convenio firmado entre 2008 y 2009 para infraestructuras deportivas, los municipios gobernados por el Partido Popular obtuvieron el 14,16% del total de la inversión para toda Andalucía, en números absolutos 22.445.000 euros; y los gobernados por el PSOE el 66,31%, 106.803.000 euros. Pero es que,

además, si tomamos como referencia la ratio sobre la población, que siempre utiliza el Partido Popular en sus minuciosos estudios del *BOJA*, debo decirles que dicho parámetro se sitúa en el 47,34%, cuando nos referimos a los municipios del PP, y en el 37,97% respecto a los municipios gobernados por alcaldes y alcaldesas socialistas. Siento desmontarles sus estadísticas.

Si nos vamos a los contratos de patrocinio para la realización de actividades deportivas, los municipios gobernados por el PP obtuvieron el 36,97% del total ejecutado, casi medio millón de euros, y los del PSOE el 60,3%, 815.000 euros. No obstante, si bien han sido beneficiados con los patrocinios un mayor número de municipios del Partido Socialista Obrero Español, la cantidad media otorgada a cada uno de los municipios del PP ha sido de 45.427 euros, por los 21.450 euros del PSOE, lo que supone un 47% más de ayudas a los municipios gobernados por el Partido Popular. No voy a citarles los ejemplos porque son muchos. Y, por supuesto, las ayudas que se conceden requieren de unas solicitudes previas, dentro de los plazos establecidos, que son estudiadas por una Comisión creada al efecto, que es quien determina la concesión de los patrocinios a cada uno de los proyectos presentados.

Y por último, en este apartado, por recordar otras inversiones en infraestructuras deportivas, voy a citar las obras de competencia autonómica, es decir, aquellas que son ejecutadas al ciento por ciento por esta Consejería, que afectan directamente a municipios, miren ustedes, la mayoría gobernados por el PP: el Puerto de Santa María, Centro de Tecnificación de Vela; Huelva, Ciudad Deportiva; Málaga, reparación de las pistas polideportivas en Carranque y el estadio de atletismo, primera y segunda fase, que obtienen el 81,46% de esta inversión, frente a uno, gobernado por el PSOE, Sevilla, centro deportivo de la Cartuja, que recibe el 18,54%.

No quisiera cansarles, pero me van a permitir, para terminar, que les recuerde uno de los grandes proyectos estratégicos puestos en marcha durante el último año, que benefician a municipios andaluces, como son: primero, las 34 actuaciones impulsadas en 2008, muy vinculadas a la cualificación del espacio turístico; la mejora de la competitividad de la oferta turística andaluza; la puesta en valor de productos turísticos de gran potencialidad, y la reanimación de destinos maduros. Entre ellos destaca: la puesta en marcha de 27 iniciativas de turismo sostenible, convocatoria 2007-2008; el Plan de Grandes Ciudades Turísticas de Jerez de la Frontera y el compromiso adquirido del Plan de la Ciudad de Málaga; la puesta en [...] a través del ambicioso proyecto Guadalquivir Turístico, que se presenta el día 14 en esta ciudad, y los avances por una opción específica en el Parque Natural de Cazorla, Segura y Las Villas, o bien las acciones de destino en módulos como declaración de municipio turístico de Almonte o el impulso del Plan Qualifica.

De hecho, 2008 puede calificarse como el año del Plan Qualifica. La mayor inversión para reactivar [...] un destino maduro realizada en el país toma un impulso decidido en este año para la constitución del consorcio para el desarrollo de la Costa del Sol y la ejecución de un conjunto de actuaciones con las que se han pagado o comprometido en este año más de setenta millones de euros.

Señorías, la realidad más inmediata de la planificación y la ordenación turística desarrollada en Andalucía se traduce en un total de 91 actuaciones vigentes, aprobadas o en ejecución, y una inversión superior a los ochocientos noventa millones de euros, de los que el Gobierno andaluz aporta nada más y nada menos que el 54%; actuaciones que benefician directamente al 89% del territorio andaluz y al 88% de nuestra población e, indirectamente, a toda Andalucía; una acción ambiciosa, sin duda, pionera en el ámbito nacional, porque somos la única Comunidad que asegura la colaboración público-privada de municipios y empresarios, auténticos protagonistas de nuestra oferta, en el diseño de ejecución de las acciones planificadas.

Señorías, el Gobierno andaluz continuará atendiendo la realidad de los 771 municipios andaluces, con arreglo a criterios objetivos y equitativos, y a que atiendan al derecho con transparencia y publicidad.

En definitiva, el Gobierno andaluz gobierna para todos y para todas las andaluzas, para cada uno de ellos, independientemente de su lugar de residencia o su preferencia al votar. Por tanto, no se discrimina a nadie, no se ningunea a los ayuntamientos y no aplicamos dos varas de medir. Lo que hay es un tratamiento objetivo, equitativo y leal, con respeto escrupuloso al marco jurídico vigente. El resto, señorías, permítanme que les diga la expresión, son cuentos de caballería, producto del típico calentón veraniego.

Muchas gracias.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

Pasamos al turno de los distintos grupos parlamentarios. Tal y como acordamos en la Mesa, les recordaré que solo hay un turno, y, en este caso, tiene la palabra el portavoz de Izquierda Unida, el señor Castro Román.

#### El señor CASTRO ROMÁN

—Muchas gracias, señora Presidenta. Gracias por la información, señor Consejero.

Decirles que cuando me llega..., en fin, cuando en la propia Mesa vemos las peticiones de los órdenes del día y se incluye este punto, yo, en principio, no lo entendía muy bien. Ahora, después de la comparecen-

cia, lo entiendo mejor. No sabía si hablábamos de los incentivos de los tres departamentos en su conjunto o si vamos a sectorializar, de alguna manera, y entendía que el Consejo de Gobierno actual, o ciñéndonos a la Consejería, pues podía presentarnos, ponernos encima de la mesa la ejecución presupuestaria, yo me atrevería a decir, algo menos que el presupuesto del 2008 y una ejecución presupuestaria del único presupuesto que ha elaborado este Parlamento, que es el presente, el 2009, y que entiendo, supongo que todavía habrá cuestiones por ejecutar. En fin, ahora ya lo entiendo. No sé si sentirme un poco convidado de piedra en este debate o no, ¿no?, pero, bueno, en todo caso, como soy miembro de esta Comisión y me corresponde plantear las cuestiones que a Izquierda Unida le interesan, así voy a hacerlo.

No he encontrado ninguna comparecencia en la legislatura pasada sobre este asunto. Sí ha habido muchas preguntas, y es cierto que no en la anterior legislatura, que yo creo que se arrastraba una determinada dinámica, sino en la que precedía, donde hubo bastantes problemas en esos criterios objetivos, en esa discrecionalidad que ha existido, por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a la hora de hacer las inversiones en los municipios.

Para mí, el color político de los ayuntamientos a los cuales van las inversiones destinadas, que hoy nos ha explicado el Consejero, de esos 154 millones, algo más de ciento cincuenta y cuatro millones de euros, de lo que llevamos del 2008 y 2009, para mí, o para el Grupo de Izquierda Unida, mejor dicho, lo realmente determinante no es el color político de los mismos y el porcentaje que representa cada formación política y el porcentaje que recibe. Yo creo que podremos estar de acuerdo en que los criterios objetivos, los indicadores que van orientando la inversión y, sobre todo, el equilibrio territorial y la universalización de los servicios que queremos prestar para todos los andaluces entiendo que estará o debiera estar por encima del color político, y todo ello desde la cooperación y la lealtad institucional, que no es otra cosa que cumplir escrupulosamente con lo que marca la ley. Y, en este caso, lo que marca la ley de más alto rango que tenemos propia en Andalucía, que es nuestro Estatuto de Autonomía. Por lo tanto, aparte de establecer los porcentajes, tal como los ha establecido el Consejero hoy, aquí, a mí me hubiera interesado más que se hubieran puesto encima de la mesa los objetivos, la hoja de ruta de estos incentivos en cada uno de los departamentos, que pudiéramos poner encima de la mesa el mapa de situación de cada uno de los sectores o departamentos que están comprendidos en la Consejería; es decir, el mapa de situación del turismo en Andalucía, y tenemos en cuenta todos los incentivos e inversiones que en el sector realiza la Consejería. Tener el mapa del deporte, que no es otra cosa que tener el Plan Director de Infraestructuras Deportivas encima de la mesa, ver cómo se está desarrollando, en qué nivel nos encontramos y

hacia dónde habría que orientar los esfuerzos. Y otro tanto hacerlo igual en el comercio andaluz.

Por lo tanto, yo entiendo que ni siquiera el Grupo Socialista debiera quejarse por discriminación, en este sentido, en esta comparecencia. No sé si alguno lo tenemos que hacer, pero, en todo caso, lo que determinamos es que dicha queja tiene que ir acompañada no solo del volumen que se ha invertido en función de los colores políticos, sino de los criterios objetivos, hojas y planes de ruta que tiene marcados la Consejería, y que, en la modesta medida de esta Comisión, pues intenta también influir en dicha orientación.

Hay una cuestión que a mí me gustaría traer a colación, que no sé realmente si va a servir, porque ya sé cómo está establecido el debate, ¿no? Pero a mí me gustaría traer aquí a colación..., y eso pasa algunas veces, sobre todo en materia deportiva, cuando los objetivos que tiene establecidos la Consejería, que entiendo que son objetivos que se han deducido a través de análisis y de indicadores también, a su vez —perdonen la redundancia—, objetivos, pues cuando eso choca con el modelo de copar, es decir, y a lo mejor, en determinados casos concretos, habría que hacer excepciones, normalmente, las instalaciones deportivas tienen una cofinanciación por parte de las otras Administraciones, fundamentalmente diputaciones y ayuntamientos. El caso es que a nadie se le escapa la difícil situación económica que vive el conjunto de la sociedad, y, en el caso de las Administraciones del Estado, pues se presenta de una manera especialmente aguda en los consistorios, en las entidades locales, lo que muchas veces les hace renunciar a determinadas infraestructuras, por la simple imposibilidad de afrontar dicho gasto.

No hay que olvidar tampoco, y creo que debería ser, en estos momentos de crisis, un objeto de preocupación de la Consejería, a aquellas empresas que son subcontratadas y que, luego, se ven descolocadas a la hora de poder cobrar su trabajo. Se me viene a la cabeza una empresa pequeña de construcción del Valle de Abdalajís, que fue la que hizo la cubierta de la piscina del municipio de Álora. Esa empresa tiene una deuda con la empresa que la subcontrató a su vez, Climo Cubierta, de 25 millones de pesetas, que no cobra, y ha hecho el trabajo.

El Ayuntamiento de Álora dice haber pagado religiosamente todos los meses las cuantías que le correspondían, lo mismo ha hecho Diputación y nos consta que lo mismo ha hecho la Consejería. Por lo tanto, como interviene el sector privado también, como es lógico, habría que tener un especial cuidado en esas inversiones públicas para que ese devenir no enturbie las intenciones, los objetivos de la Administración autonómica.

Y, por último, es que ha hablado usted de municipios de la Costa del Sol. Nuestra fuerza política ha sido insistente, reiterativa en la necesidad de que las administraciones superiores, en este caso la autonómica,

el Estado, tuvieran un especial cuidado, mimo, con el municipio de Marbella, por todo lo que había pasado.

Creo que Izquierda Unida ha trabajado con mucha lealtad en el municipio de Marbella, primero, a través de la gestora que se puso, y, después, a lo largo del periplo de normalización en el que se encuentra actualmente, si bien, como portavoz de Izquierda Unida, debo decirle, señor Consejero, que no es responsabilidad única o exclusiva de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte la recuperación de este municipio después del expolio gilista. Y lo digo porque sí existen celos, no precisamente de color político, de municipios del entorno de Marbella, que ven cómo este municipio recibe muchos incentivos, recibe muchas subvenciones, recibe muchos parabienes, en proyectos que no están precisamente reglados, es decir, que no corresponden a incentivos, subvenciones o inversiones regladas a las cuales se puedan acoger todos los ayuntamientos. De manera que, en la Costa del Sol, los ayuntamientos han visto cómo les han llegado unas cuantías muy interesantes e importantes del Plan Qualifica, a todos, pero aparte se le va añadiendo a Marbella desde esta Consejería.

Vuelvo a repetir; no lo vemos mal, creemos que Marbella se lo merece; pero no puede recaer casi exclusivamente ese esfuerzo inversor en la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, porque entonces sí estaríamos creando unos celos —podríamos decirlo así— de municipios vecinos —vuelvo a repetir—, no precisamente de color contrario, que vean que ese tratamiento es muy privilegiado.

Por lo tanto, espero que podamos tener el debate sobre los criterios objetivos, hojas de ruta, y sobre el balance, el mapa de situación, tanto del turismo como del Plan de Infraestructuras Deportivas en Andalucía, y del comercio, para que podamos reorientar, si es que es necesario, dichas inversiones. Y, después, con todos esos criterios, desde la lealtad y la cooperación interinstitucional, pues vemos si se cumple también un determinado equilibrio en el color político, que también entiendo que se debe dar, pero en segundo lugar.

Gracias.

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

A continuación tiene la palabra, para intervenir por el Grupo Popular, el señor Oblaré Torres.

#### El señor OBLARÉ TORRES

—Gracias, señora Presidenta. Buenos días, señor Consejero.

Actúo como portavoz del Grupo Popular y la verdad es que, como ha dicho también el portavoz del Grupo

de Izquierda Unida, este portavoz está un poco sorprendido de esa intervención suya, de ese arrebato o de esa pataleta que yo creo que no es propia suya, porque no le pega, que creo que es más de dentro de la casa, y me gustaría decirle que todavía le queda mucho trabajo que hacer, dentro de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, para modificar viejas costumbres que todavía parece que están consolidadas. Porque la verdad es que tener que venir aquí a hablar, a este Parlamento de esta Comunidad autónoma, después de treinta años gobernando los mismos, de objetividad y de transparencia, la verdad es que es triste, pero, bueno, hay que hacerlo, y usted ha sido el primero que ha lanzado el pañuelo.

Y los números lo aguantan todo. Yo no puedo retrasar las cantidades, y puedo dar porcentajes y puedo dar números. El Partido Popular, según los datos que tiene —y son datos que su Consejería le facilita—, llega a la conclusión de que sus municipios son perjudicados arbitrariamente, arbitrariamente, por esa tómbola de millones que ustedes establecen.

Lógicamente, esto puede sentar mejor o peor a su Consejería, o al Gobierno. Yo creo que a su Consejería parece que le ha sentado muy mal.

Este portavoz se ha sorprendido de la comparencia que ha hecho usted, porque yo pensaba que íbamos a analizar, o íbamos a estudiar, los incentivos y las ayudas o las colaboraciones que discrecionalmente ustedes establecen con los municipios. También ha dicho usted que lo solicitan los municipios, pero está claro que, en el guirigay o en el maremágnum que hay de ayudas y de planes, la verdad es que muchos municipios tienen complicado acceder a ello, o por lo menos tener conocimiento de todas y cada una de esas medidas.

Pero, bueno, yo también le digo que, bueno, ustedes dicen que no miran el color. El criterio poblacional es importante, como otro cualquiera. Incluso muchas comunidades autónomas, a la hora del reparto de la financiación de las comunidades autónomas, lo ven como trascendental, así como otros el criterio territorial. Pero, bueno, en la materia de turismo, no debemos olvidar que es un sector fundamental de nuestra comunidad, y de nuestro país, que el sector más potente turístico se encuentra donde se encuentra en nuestra comunidad, se encuentra en las provincias en donde se encuentra, y eso también tiene una importancia, y, circunstancialmente, esos ciudadanos que votan en esos municipios apuestan por partidos que no son el suyo. Eso no debe significar un castigo a todos los ciudadanos.

Porque ya no se trata de castigar a los ciudadanos. Hablaba usted del material de playa o de los barcos de playa. Los barcos de playa no les limpian la playa a los marbellíes, a los torremolinenses, a los nerjeños, a los torroxeros: se los limpian a todos los turistas que van a la playa, quitan las mierdas que deberían estar quitadas hace mucho tiempo por políticas también in-

adecuadas del Gobierno de la Nación. Pues, entonces, quitan las mierdas de la playa para todo el mundo, no solo para esos vecinos ni para esos alcaldes, que, al final, son alcaldes que representan a una institución y a vecinos que los votan. Y el turismo yo creo que lo que va buscando es cada vez mejorar la imagen y no tener que estar hablando de estos temas, que me parecen a mí casi una menudencia.

Lógicamente, la objetividad y la transparencia son obligadas. En un sistema democrático, que las administraciones y que los administrados sepan qué hace su administración con su dinero y cómo lo pone a disposición de los ciudadanos y de los ayuntamientos es importante.

Yo también le reconozco que es verdad —y seguro que me lo dirá en su próxima intervención— que los alcaldes, incluidos los nuestros, están muy contentos. Lógicamente, mi abuelo decía que, para la casa, piedras. Es decir, que, si vienen dando cheques y talones de dinero, y todos conocemos cuál es la situación económica en la que se encuentran los ayuntamientos, pues estos planes vienen muy bien. Y son planes, muchos, urbanísticos, que mejoran la imagen de estos municipios, que, además, hemos de reconocer que también son más ágiles incluso que la Consejería de Obras Públicas. Es decir, que sus obras, promovidas por la Consejería de Turismo y los ayuntamientos, son más ágiles y son más rápidas que la Consejería de Turismo.

Yo creo que la Consejería de Obras Públicas debería mirar un poquito el método con el que se funciona en estos planes, en estos múltiples planes, para, quizás, hacer sus obras de esa forma.

Nosotros creemos que aquí de lo que deberíamos haber hablado era de la multitud de planes que hay puestos en marcha, que ya le decía yo que es un guirigay, es un poco complejo a la hora de saber, de conocer esos 91 planes que usted nos ha contado que existen con todos los municipios. No es una cosa nueva, tampoco es una novedad: ya lleva años. De hecho, tengo aquí una nota del año 2007 donde se hablaba de que invertían 160 millones en 58 planes turísticos en 478 municipios. Es decir, afectar, afectar, puede afectar a muchos municipios en todos sus ámbitos, pero, bueno, al final, el que coge el premio gordo es un municipio determinado.

Sí se ha dado un salto ahí, y eso hay que reconocerlo. De 58 municipios que eran en 2007, estamos cerca de... De 58 planes perdón, estamos ahora cerca de 91 planes. Pero, bueno, son planes que se mezclan unos con otros: el Plan Qualifica se mezcla con el Plan de Turismo Sostenible, después entran las ciudades mayores... Es un poco un complejo, y quizás usted ahora, en su segunda intervención, podría también explicarnos. Porque, sobre todo, lo que queríamos saber es esa cantidad de dinero que se invierte, que tampoco es una cantidad excesiva. Y, además, yo reitero que es un caramelo envenenado, porque usted,

con las competencias que tiene y que le atribuye el Estatuto, exclusivas en materia de turismo, pues hace y compromete que los ayuntamientos tengan que pagar parte, con lo cual, para las economías ahora asfixiadas de muchos ayuntamientos, creo que esto es más un caramelo envenenado que un maná caído del cielo.

Pero, bueno, aquí lo que nos interesa es saber si esas inversiones sirven para algo. Si ustedes tienen datos de cuántos empleos se generan con todas esas intervenciones, o cuánto aumenta el turismo, o la presencia de turismo en esos municipios o en esas zonas, en esas comarcas donde se establecen esos planes, ¿no? Al final lo que vamos buscando es que nuestra Comunidad siga siendo un referente en el turismo, ¿no? Y desgraciadamente, pues, a pesar de lo halagüeño que aventuraban ustedes que el año 2009 iba a ser, bueno, pues, lógicamente, comparado con 2008, que fue un año récord, lógicamente, pues aguanta el tirón. Pero quien nos ha aguantado el tirón es el turismo nacional. Gracias al turismo nacional hemos podido mantener y no ha sido una caída exagerada, ¿no?

Pero, lógicamente, al final lo que nos toca es eso, es analizar si todas esas inversiones son adecuadas para que consolidemos un turismo sostenible y adecuado, si siguen siendo nuestros destinos los que eligen solo y mayoritariamente el turismo nacional, quizás por la crisis o porque el gasto es menor... O las inversiones que hacemos luego, más allá de nuestras fronteras no son las adecuadas y no están en la línea, en la línea adecuada. Porque ya le digo que cae el turismo británico, cae el turismo alemán, y siempre vamos con el pie cambiado. Ahora que estos países ya están saliendo de la crisis, ya tienen datos positivos en su economía, quizás tendríamos que reaccionar. Como no lo hemos hecho antes, pues ahora, que ya tienen unas expectativas mejores y que lógicamente ya se plantearán incluso volver a viajar con mayor asiduidad, pues colocar a nuestra Comunidad en el sitio que se merece. Y eso no puede pasar por perder un minuto más, ¿no?

Ya le digo que la verdad es que me ha sorprendido, me ha sorprendido ese arrebató, esa pataleta, pero, bueno, también tienen derecho a eso. Igual que la oposición está para controlar la gestión del gobierno, el gobierno también está para defenderse como gato panza arriba, aunque sea un poco injustificable, porque ya se sabe que el que se justifica, pues la verdad es que parece que tiene algo que esconder. Y no lo creo de este Consejero, y por eso le decía que me parece a mí que no es una pataleta suya, que no es una pataleta propia. Es una pataleta que le hace trasladar el Consejo de Gobierno a esta Comisión, o son las viejas costumbres todavía que quedan dentro de su Consejería y que, claro, a lo largo de tantos años es muy difícil cambiar esas costumbres. Yo sí les pido que no miren el color, no miren el color de los ayuntamientos, porque el turismo no tiene color. El turismo es lo que más interesa a esta Comunidad. El turismo es lo que

trae muchísimos ingresos, crea mucho trabajo y crea, pues, la posibilidad de que, por lo menos, en estos momentos de incertidumbre y de crisis que vive nuestra Comunidad Autónoma, pues, por lo menos, el turismo dé el do de pecho y mantenga la cara como siempre la ha mantenido, con o sin Consejería de Turismo, con o sin políticas de turismo, ¿no?

Es decir, que yo, desde el Grupo Popular le exhorto a que olvide el color de los ayuntamientos, porque el turismo no tiene color.

Nada más y muchas gracias.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Oblaré.

Por parte del Grupo Parlamentario Socialista, el portavoz, la señora Martín Palanco, tiene la palabra.

#### La señora MARTÍN PALANCO

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Muchas gracias, al señor Consejero, por toda la información que nos ha facilitado en su comparecencia, que ha sido con todo lujo de detalles. Una comparecencia en la que, a pesar de la contundencia de los datos que nos ha aportado, y que demuestran con rotundidad y con total claridad que la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha sido y es objetiva a la hora de conceder los incentivos a los distintos ayuntamientos que están repartidos por toda la geografía andaluza, independientemente del color político que los gobierne, cumpliendo con la ley y con nuestro Estatuto de Autonomía.

A pesar de los datos, seguimos escuchando acusaciones de la oposición sobre este asunto, sobre la falta de equidad en la concesión de estos incentivos. Y es que no hay mayor sordo que aquel que no quiere oír. Y me temo que, después de escuchar la intervención del portavoz del Partido Popular, es este el análisis que puedo hacer de su intervención. Y resulta que esas supuestas prácticas de favoritismo o de viejas costumbres, como las llama el señor Oblaré, hacia los ayuntamientos gobernados por el PSOE en el reparto de incentivos, pues no tienen nada que ver con la realidad, como se ha puesto de manifiesto con los datos que usted nos acaba de dar.

Esos criterios en función del signo político, criterios que solo ustedes quieren ver y que la realidad concluyente de los datos desmiente por completo, están, como digo, alejados de la realidad, puesto que todas y cada una de las peticiones de incentivos que realizan los ayuntamientos andaluces seguirán siendo atendidas con arreglo a criterios objetivos, justos y equitativos.

Desde el Grupo Parlamentario Socialista no nos quejamos de ese reparto de concesiones. Es más,

le animamos a que siga trabajando en esa dirección, señor Consejero, puesto que ese principio de igualdad que otros cuestionan, para nosotros los socialistas es más que una seña de identidad. ¿No van a cuestionar la equidad por parte de esta Consejería si en otras comunidades gobernadas por el Partido Popular, y que huelen a traje quemado, han llegado a cuestionar la actuación de las fuerzas de seguridad del Estado y hasta la de los jueces? ¿Qué podemos esperar? Si es que parece que no tienen límites.

Por tanto, mientras otros se afanan por desprestigiar lo público, la vida política, desde el Grupo Parlamentario Socialista estamos convencidos de que hay que responder con trabajo, pero, sobre todo, con responsabilidad ante los ciudadanos, sobre todo, con responsabilidad. Aunque, desgraciadamente, veamos hechos lamentables, como el caso del Ayuntamiento de Huelva al que usted hacía referencia anteriormente. Parece mentira que la irresponsabilidad de un ayuntamiento del Partido Popular alcance esos niveles, pues no solo tuvo que devolver esos 84.000 euros para la Oficina de Turismo, demostrando con ello lo poco que le importa al Ayuntamiento del Partido Popular el turismo de la ciudad de Huelva, hay más. Pero antes permítanme que, como diputada por esta provincia por la provincia de Huelva, les diga con orgullo que, pese a todo, ha sido la provincia de Huelva la que mejores resultados ha obtenido según el Instituto Nacional de Estadística, en lo que se refiere al balance del verano, registrando un incremento de seis puntos en ocupación hotelera, siendo la de mayor grado de ocupación hotelera de todo el país, con un 87,3%, que seguro que se verá en la siguiente comparecencia.

Así que, imagínense, señorías, si el ayuntamiento se preocupara por el turismo tan solo un poquito, qué niveles podríamos alcanzar en la provincia de Huelva.

Esta irresponsabilidad política no acaba aquí, hay más, como les decía. Porque, además del turismo también afecta a temas medioambientales. Señorías, a esos 84.000 euros de la Oficina de Turismo que el ayuntamiento perdió, hay que añadir nada más y nada menos que la cifra de 426.000 euros que rechazó el equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Huelva por no rellenar un papel. Así de simple y así de fácil. Por desidia, por incompetencia política, da igual, se puede llamar como ustedes quieran, pero el caso es que en Huelva nos quedamos sin carril bici. ¿Y es esta la apuesta del Partido Popular en turismo y en medio ambiente? Esa es la pregunta que le lanzo al portavoz del Partido Popular.

Pero, bueno, volviendo al asunto que nos ocupa de la comparecencia del señor Consejero, cada portavoz puede interpretarla como quiera, pero hay un hecho y es el siguiente, señorías. Los datos están ahí y hablan por sí solos. Por resaltar algunos, los del plan Qualifica, el 50% de los ayuntamientos beneficiarios están gobernados por el Partido Popular, como son Marbella,

Fuengirola, Torremolinos y Benalmádena. El resto, el 25%, dos municipios del PSOE, y el otro 25% dos de Izquierda Unida. Las partidas del Programa de Rehabilitación de los Cascos Urbanos, donde, nuevamente, tenemos que los municipios beneficiados con estas ayudas superan a los del PSOE —un 50% gobernados por el PP, frente a un 25% gobernados por el PSOE y otro 25% por Izquierda Unida—. Otro ejemplo más: los planes turísticos de grandes ciudades. La mitad, gobernados por el Partido Popular, recibe el 60% de los fondos, y la otra mitad, gobernada por el PSOE, pero esta vez solamente reciben el 40% de los fondos. En materia deportiva, algunas infraestructuras, como son el Centro de Tecnificación de Vela de El Puerto de Santa María, la Ciudad Deportiva de Huelva, el estadio de atletismo de Málaga... Todos ellos gobernados por el Partido Popular, frente a uno gobernado por el Partido Socialista, como es el Centro Deportivo de La Cartuja en la provincia de Sevilla.

Si quieren hablar de discriminación, adelante, pero háganlo desde el rigor, y acompañen esa discriminación del adjetivo «positiva», señorías. Llamemos a las cosas por su nombre: «discriminación positiva» a favor de los partidos de la oposición. Ahí están las cifras y a ellas me remito.

Y para terminar, yo quisiera hacer hincapié y poner en valor los criterios objetivos de la Consejería a la hora de conceder incentivos a todos los ayuntamientos que, de manera voluntaria, los solicitan. Que los datos reflejan claramente que no solo hay igualdad de trato hacia todos los ayuntamientos andaluces, sino que se otorgan con transparencia, con publicidad, con la ley en la mano. Ha dicho usted una cifra verdaderamente espectacular: son en total más de ciento cincuenta y cuatro millones de euros en incentivos. Lo que constituye, fuera de toda duda, una apuesta firme y contundente por ofrecer servicios de calidad, con el propósito de contribuir a la mejora de la calidad de vida de todos los andaluces y andaluzas; a los que votan azul, verde o rojo, da igual, a todos.

Por todo ello, señor Consejero, desde el Grupo Parlamentario Socialista queremos ofrecerle nuestro apoyo y nuestro ánimo para que siga trabajando por Andalucía y todos los que formamos parte de ella, por su inagotable capacidad de trabajo, puesto que los que le seguimos muy de cerca hemos podido comprobar que, incluso en verano, usted no ha dado tregua, para descansar, y hemos visto que, incluso durante el periodo estival, ha estado usted recorriendo Andalucía, firmando, precisamente, estos convenios con todos los ayuntamientos andaluces.

Agradecerle, por tanto, la ilusión y la pasión que está poniendo en esta responsabilidad que tiene, de estar al frente de una Consejería tan importante para nuestra Comunidad. Sinceramente, señor Consejero, desde mi grupo parlamentario queremos agradecerle, sobre todo, su entrega.

Muchas gracias.

## La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señora Martín Palanco.

Señor Consejero, para cerrar el punto, cuando esté preparado, tiene la palabra.

## El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señoría.

Bueno, en primer lugar, señor Castro, la comparencia a petición propia para informar sobre incentivos de la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía durante la presente legislatura en los municipios andaluces... ¿Que usted dude de...? Pues, yo lo entiendo. Hombre, que lo dude el señor Oblaré... Yo estoy más cerca de las posiciones de Oblaré que los que me obligan a participar en pleno mes de agosto.

He hecho todo un esfuerzo, señor Oblaré, para no entrar en ningún trapo de discusión sobre turismo. Lo he intentado, me he mordido los labios algunas veces, pero el PA... «El PP de Andalucía denuncia que la Junta castiga a sus municipios con un 55% menos de fondos. Este año, los socialistas se han [...] el 80,3% de las subvenciones de deporte». El señor Sanz, no es que estemos hablando de cualquiera, estamos hablando del *ABC* de Sevilla, estamos hablando del *Diario de Sevilla*, estamos hablando de *El Mundo*. «La Junta castiga a los votantes del PP con un 55% menos de dinero público», «El PP acusa a la Junta de discriminar a sus ayuntamientos en las ayudas». He pedido comparecer, señor Castro, a usted le parecerá que no tiene ninguna importancia, he pedido comparecer en este mes. Para no entrar en el debate, me limité a hacer una réplica al señor Sanz.

Por tanto, mire usted, yo creo que estamos haciendo un buen trabajo todos, y las intervenciones en esta Comisión lo demuestran. Y yo sé que el turismo es muy sensible, extraordinariamente sensible, sobre todo, cuando han cambiado los usos y los modos. Pero vamos a repasar algunas de las cosas que usted me ha preguntado.

Mire usted, hablamos y decimos que hay algunos municipios limítrofes con Marbella que dicen que se está apostando desde mi Consejería por Marbella. Mire usted, Marbella es de los pocos sitios —y usted lo conoce muy bien, señor Castro— que tiene marca propia; que sufrió un extraordinario deterioro con los gobiernos de Jesús Gil; que ese deterioro lleva, por ejemplo, a no haber hecho una instalación deportiva en quince años —pública, ninguna—; a no haber hecho un colegio público ni instituto en quince años; a no haber hecho centros de salud en quince años. Por tanto, no estaba yo en la Consejería, sino que

se estaba en la gestora y se aprobó un plan especial de Turismo, que es el único en Andalucía que paga la Junta y que, lógicamente, se está aplicando para recuperar la imagen de una marca que parecía interesante.

Si usted me habla de la *Copa Davis*, le diré que tres municipios andaluces me pidieron su ayuda: el de Granada, el de El Puerto de Santa María y Marbella. Y a los tres les dije que pagaría un 50% del canon. La Federación otorgó a Marbella la *Copa Davis* y, por tanto, yo me siento comprometido, turísticamente, con un municipio que tiene mucho que decir, en la oferta de calidad —el 21% de los hoteles de cinco estrellas de toda Andalucía está en Marbella—. Y, por tanto, yo no sería justo ni tendría criterios de equidad si no apuesto por ese municipio. Evidentemente, en la medida en que Marbella está saliendo, afortunadamente, con una imagen que usted y su partido han ayudado extraordinariamente, lógicamente, ya no va a ser un objetivo prioritario desde el punto de vista del lanzamiento, pero sí lo era con anterioridad. Ese es el motivo de mi presencia.

En segundo lugar, también para decirle, señor Oblaré... Mire usted, en el tema... A mí es que me parece novedoso lo que hacemos en Andalucía, a mí me parece novedoso. No hay galimatías en los planes, ahora se los voy a explicar brevemente y otro día, si usted quiere, pide mi comparecencia y explicamos toda la batería de planes que hay y los que están en cada sitio, ¿no?

A mí los que más me gustan son los que se han puesto en marcha en una iniciativa de turismo sostenible. ¿Por qué son los que más me gustan? Porque, por primera vez en todo el Estado español, hay una intervención público-privada —es decir, los empresarios forman parte del plan—, mientras que en los planes antiguos —planes de ciudades—, los empresarios no forman parte del plan, y solo son las instituciones. ¿Y por qué me parece que esa iniciativa público-privada es muy importante? Porque son necesarios los empresarios para que esos planes e iniciativas de turismo sostenible tengan respuestas de diversidad.

Le pongo un ejemplo. A mí me gusta mucho la iniciativa de Sierra Morena, sesenta y tantos municipios de cinco o seis provincias. Están desarrollando una vía de más de quinientos kilómetros, que la puedes hacer a caballo —cuando se termine—, que se puede hacer andando, que se puede hacer en bicicleta. Y cada municipio va a ofertar, y se engancha a esa vía, pues, con lo que tiene mejor de restauración, con lo que tiene mejor de cultura, con lo que tiene mejor de patrimonio, con lo que tiene mejor de medio ambiente.

¿Por qué son importantes los empresarios? Porque, en algunos sitios —y usted lo sabe, no siempre es la Costa del Sol o las grandes ciudades—, no tienen planta alojativa. Y, por tanto, los planes turísticos tam-

bién tienen que responder, lógicamente, a una planta alojativa, porque si no hay alojamiento nos podemos encontrar, como mucho, con que la gente pase por el municipio. Por tanto, las iniciativas de turismo sostenible son únicas en el Estado español y son criterios de sostenibilidad, criterios de desarrollo económico, participación público-privada. Ese es mi modelo, ese es mi modelo.

Ahora, está después el de grandes ciudades, el último que se ha firmado es el de Málaga. Hay otros que ya están funcionando y que responden a buscar complementariedad en productos turísticos. Por ejemplo, Granada tiene un icono único en el mundo, que se llama Alhambra. Tienes que buscar una complementariedad de ocio, fundamentalmente, desde mi punto de vista, para que los alojamientos no sean tan [...]. Málaga —y usted lo conoce muy bien, por citar...— tiene un buen sol y playa, anda muy cortito en el tema cultural —ahora se está recuperando—. Pues, tienes que buscar una potenciación del Museo Picasso para que el turista ya no venga a sol y playa —que a ese va a venir—, sino para que se incorpore a lo que es una oferta cultural. Y esos son los planes de grandes ciudades, que responden a prioridades de criterios de la propia ciudad.

Y, después, están los planes turísticos de municipios, fundamentalmente, entre cinco mil y cien mil —caso de Torremolinos o, el último, de Almonte—, que vienen yo creo que a premiar poco el esfuerzo económico que hacen muchas veces esos municipios para poder dar respuesta a toda la prestación de servicios que hacen. Hacen una prestación de servicios absolutamente espectacular, aumenta, en algunos casos, por tres y por cuatro —Torremolinos, Fuengirola, por citar algunos que usted conoce muy bien— las prestaciones que el ayuntamiento tiene que hacer. O Tarifa, por citar uno de la provincia de Cádiz. Es decir, se multiplica tanto, afortunadamente, el número de turistas, que tienen que hacer unas prestaciones muy fuertes.

En definitiva, ¿qué quiero decirle, señoría? Mire usted, yo ofrezco los datos siempre, contesto de esta forma porque se hacen unas acusaciones en el mes de agosto. Estoy enteramente a su disposición para darle los datos, los que correspondan. Solamente puedo decirle —y para terminar este tema— que la última iniciativa de turismo sostenible que he firmado ha sido el Poniente almeriense, la última. Me pidieron, con mucha intensidad, el Levante. El presidente del Levante es el Alcalde de Huércal-Overa —Partido Socialista—. Se ha firmado..., porque yo creía que, con criterio de objetividad y equidad, le correspondía al Poniente, donde solo hay un municipio socialista —Vicar—. ¿Sabe usted quién es la presidenta de esa acción? La señora Crespo. Estamos intentando que los criterios de equidad estén por encima de todo.

Tenga la completa seguridad, señor Oblaré, de que yo lo voy a intentar.

**8-09/APC-000629, 8-09/APC-000652 y 8-09/APC-000697. Comparecencias del Excmo. Sr. Consejero de Turismo, Comercio y Deporte, sobre el balance y análisis del sector turístico durante el verano en Andalucía**

La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señor Consejero.

Pasamos al siguiente debate agrupado de comparecencias, que han pedido el Grupo Parlamentario Popular, el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida y el Grupo Parlamentario Socialista, las tres en el mismo sentido, a fin de informar sobre la valoración de los datos en la industria turística relativa al periodo estival en Andalucía.

Por lo tanto, cuando esté preparado, tiene la palabra el señor Consejero.

El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señora Presidenta. Señorías.

Antes de comenzar a presentar los datos que el Ministerio ha puesto a nuestra disposición, me van a permitir que haga una reflexión para reconocer el esfuerzo que el sector turístico andaluz ha desarrollado durante todo el año, marcado por la crisis y la contención del consumo.

Podemos decir con satisfacción que Andalucía no ha fallado en las grandes citas turísticas del año; todo lo contrario, yo creo que ha sabido reafirmar su fortaleza a través de ellas. La Semana Santa, los puentes, el verano, han dado resultados más que aceptables que se pueden resumir, si ustedes me lo permiten, en tres grandes conclusiones:

Primera. El mercado nacional se ha revelado como nuestro principal aliado ante la crisis. Andalucía no solo sigue siendo líder indiscutible del mercado, con cerca de tres millones más de pernoctaciones este verano que su competidor más inmediato en temporada alta, la Comunidad Valenciana. Además, mejora su competitividad, tal y como muestra el aumento de casi medio punto en el porcentaje de participación de todo el país en el mercado nacional. Es decir, este verano Andalucía ha acogido el 23,6% del total de las pernoctaciones nacionales del país. Este aumento también se recoge en las pernoctaciones totales, donde Andalucía ha pasado de representar el 15,8% el verano pasado al 16,1% del país en este verano.

Segundo. Andalucía, en el mercado internacional, ha sido capaz de adelantar un puesto en el ranquin de comunidades autónomas. Los datos de Andalucía en el mercado internacional se muestran en sintonía con la

media europea estimada por la Organización Mundial del Turismo. Este organismo espera que los resultados de final de año sitúen la variación del número de llegadas de turistas extranjeros a Europa entre un -8 y un -5. El resultado final dependerá: uno, de la confianza de los mercados; dos, de la recuperación del consumo, y tres —algo preocupante—, la evolución de la gripe A.

Tercero. Andalucía, en definitiva, resiste con entereza los envites de la crisis.

Y, llegados a este punto, quisiera expresar mi satisfacción por el resultado real de la concertación social, manifestado en la Mesa de Turismo, que, en su reunión del pasado lunes, se analizó y fue expresado por la CEA, UGT y Comisiones Obreras, su convencimiento de que las campañas de promoción realizadas para este verano han sido muy beneficiosas y han contribuido a que los resultados turísticos hayan sido más positivos que las expectativas de hace solo dos meses.

Paso, por tanto, al análisis detallado de cada una de nuestras reflexiones.

La primera: el mercado nacional se ha revelado como nuestro principal aliado ante la crisis. No tenemos ninguna duda de ello, ya que, por mercados, el nacional ha respondido de forma excelente en este verano, ninguna comunidad autónoma ha podido competir con nuestra oferta turística este verano en el mercado nacional. Han aumentado las pernoctaciones un 3,4%, generando, en estos dos meses, 7.300.000 pernoctaciones nacionales. Es interesante destacar que este mercado ha demandado principalmente destinos de sol y playa, por lo que las provincias del litoral han sido las más beneficiadas por su subida, en concreto, las provincias de Huelva y Málaga. Podemos decir, por tanto, que el turismo de sol y playa sigue en plena forma, y que ha sido un garante de éxito y estabilidad en la Comunidad.

Esto nos anima a seguir con una de nuestras prioridades de acción que marcamos al comienzo de la legislatura: atender con especial atención al mercado nacional, y también al andaluz. Creo que fue una decisión acertada, no nos equivocamos. Sin duda, el esfuerzo en comunicación en campañas especiales en Semana Santa, en puentes y en verano; las acciones directas; la presencia en ferias, congresos y jornadas, han dado un buen resultado. Y, en ese sentido, uno de los ejes de trabajo más importantes previsto para este trimestre es reforzar las acciones de comunicación, que tan buenos resultados en el corto plazo nos han dado, tal y como comenzamos a hacer en Holanda el 29 de agosto cuando asistimos a la salida de la Vuelta. Ya ha comenzado la segunda fase de la campaña *Andalucía es tu casa*, para los andaluces, que estará en marcha hasta diciembre. Esta campaña se une a la genérica nacional e internacional durante todo el año, y tendrá su refuerzo en los puentes. También se pondrá en marcha, en octubre, la campaña de comunicación y promoción prevista dentro del plan de Cazorla, así como

una campaña específica para los mayores andaluces durante los meses de noviembre y diciembre.

La segunda afirmación, que señalé al comienzo de mi intervención, es que Andalucía en el mercado internacional ha sido capaz de levantar un puesto en el ranquin de comunidades autónomas. En estos meses hemos sido el tercer destino más demandado del país. Pero no es el único dato positivo: Estamos observando cómo mes a mes se suaviza considerablemente el ritmo de descenso en la llegada de turistas extranjeros a Andalucía, y esto es positivo porque marca la recuperación de la competitividad en este mercado una vez que han pasado los meses de mayor incertidumbre. En concreto, en los meses de julio y agosto, el descenso en la llegada de extranjeros se ha situado en un 7,3%; un dato mejor que en las otras comunidades autónomas competidoras nuestras, de Andalucía —Cataluña, -10%; Baleares, -8'8; Canarias, -11'6—. La caída se debe, principalmente, al comportamiento inestable de los emisores extranjeros por la crisis internacional y a la debilidad de la libra en el caso del emisor británico, que es el principal mercado extranjero para Andalucía, que ha descendido un 12,4; dato inferior al nacional, que se sitúa en una caída del 15,2. Era previsible que los peores resultados los encontraríamos en el mercado exterior. Sin embargo, son aceptables si vemos la evolución de otros destinos turísticos competidores.

Tercero: Andalucía resiste con entereza los envites de la crisis. Vivimos un momento excepcional, y, en consecuencia, el comportamiento del turismo también lo es.

Primero, durante este año hemos podido observar que se han roto algunas de las tendencias turísticas de los últimos años, como el fraccionamiento de los viajes a lo largo del año y la contratación de viajes de larga distancia; segundo, que se han intensificado algunas otras, como la toma de decisión a última hora o el uso de tecnologías de la información para la búsqueda y contratación de ofertas; y tercero, que se ha aumentado la competencia nacional e internacional, ya que no solo la oferta sigue creciendo, sino que, además, al contraerse la demanda, son más destinos los que se disputan a los mismos turistas.

En este entorno, los datos oficiales totales alientan al optimismo. En los dos meses de verano, de los que disponemos datos de julio y agosto, se han realizado 11.100.000 pernoctaciones, lo que supone un descenso del 3,2% respecto al año anterior —solo un descenso del 3,2%—. No hay que olvidar que nos estamos comparando con el verano de 2008, que fue el mejor de la historia turística de Andalucía. Por tanto, se trata de un descenso más que asumible si tenemos en cuenta la coyuntura actual.

Como han podido comprobar, cualquier sector económico desearía, en estos momentos de incertidumbre, contar con la solvencia de la industria turística. Nos afecta la crisis, sí, pero menos. De hecho, con solo un

indicador, podemos ver que esta industria sigue siendo atractiva: la oferta y la inversión en el sector siguen creciendo. En cualquier sector, eso solo ocurre cuando hay expectativas de crecimiento. En estos dos meses, el crecimiento de las plazas hoteleras en Andalucía ha alcanzado el 4,1%, para situarnos nada más y nada menos que en 276.141 plazas hoteleras. En estos momentos hay más de cien proyectos de nuevos hoteles que han formalizado su inscripción provisional en el Registro de Turismo de Andalucía, y más de ciento veinte agencias de viajes.

De todo este análisis podemos concluir que, a pesar de la crisis, Andalucía demuestra su liderazgo turístico, que vuelve a ser el destino más atractivo para el turismo nacional y que sufre menos que sus competidores nacionales. Sin embargo —permítanme que lo diga—, es necesario que hagamos una crítica constructiva que nos incite a seguir siendo proactivos desde todas las áreas de acción. No podemos conformarnos con superar un momento coyunturalmente difícil, sino que tenemos que apostar con contundencia por una de las industrias fundamentales de nuestra economía y empleo. Si no existe cooperación y compromiso de todas las partes implicadas en el turismo, no servirán de nada, por ejemplo, lo antes señalado, las 91 acciones de planificación vigentes en Andalucía, que suponen una inversión superior a los ochocientos noventa millones de euros, de los que la Junta de Andalucía aporta más del 54%, ni las acciones de márketing o la política de innovación.

Por ello tiendo la mano, una vez más, al sector, a empresarios, a profesionales y a ciudadanos, para seguir trabajando por Andalucía huyendo del desánimo.

El mercado ha cambiado, y eso hay que afrontarlo. Cuando superemos la crisis, partiremos con un modelo turístico probablemente diferente del que conocemos hasta este momento, y entre todos es posible que nos sigan dando datos en positivo. Por citar solo un ejemplo, me gustaría aquí contar con una participación activa en todas las actuaciones que tenemos previstas en materia de márketing hasta finales de año.

Para finalizar, señorías, esta primera intervención, quiero señalarles y animarles a que sigan colaborando con nosotros. Y decirles que, frente al otoño y al invierno, Andalucía no se cierra.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Disculpe, señor Consejero.

A continuación, tiene la palabra, por el Grupo de Izquierda Unida, el señor Castro Román.

#### El señor CASTRO ROMÁN

—Gracias, señora Presidenta.

Bueno, con mucho más ánimo afronto personalmente esta comparecencia que me parece extraordinariamente importante, y estamos en un momento justo. Para empezar voy casi a repetir las palabras del Consejero, pero creo que es algo que debiera de reiterar la Comisión de Turismo, Comercio y Deporte. Hasta hoy vivíamos en la incertidumbre de cómo iba a responder nuestra industria turística en un año de crisis, todos teníamos nuestras dudas lógicas, y hoy podemos decir con satisfacción que —voy a parafrasear al Consejero— sufrimos la crisis, sí, pero la sufrimos menos. Y yo añadiría que tenemos más herramientas para afrontarla y, además, las ponemos en funcionamiento.

Por lo tanto, a mí me gustaría, del análisis que nos ha hecho el Consejero, y que agradezco, ya lo conocíamos a través de los medios de comunicación, intentar valorar algunos de los indicadores, de los elementos que tenemos, y, modestamente desde el Grupo de Izquierda Unida, aportar en los creo que importantes cambios que también el turismo va a tener que ir afrontando a lo largo de estos próximos meses y mucho me temo que años.

El hecho de que tengamos más herramientas para afrontar la crisis desde el sector, desde nuestro punto de vista, implica una reflexión sosegada de todos los datos que tenemos encima de la mesa, e incluso profundizar en los mismos para buscar horizontes de por dónde debamos ir.

A mí fundamentalmente me llama la atención, y creo que es lo que nos debe de poner en alerta, el cambio de usos y modos. Yo creo que eso es lo fundamental. Es más, creo que muchos de estos cambios que se están produciendo en los usos y en los modos pueden estar condicionados por la presente crisis económica que vivimos, pero mucho me temo que algunos de ellos se mantendrán una vez que la recuperación económica sea una realidad y que estemos en una situación más normalizada. Es decir, no solo responde a la crisis económica, que estamos sufriendo, de carácter internacional, sino que responden a cambios en los usos y modos de la propia sociedad y de la forma en que la sociedad consume hoy en día en un mundo globalizado.

Fundamentalmente ha sido el turismo nacional el que ha resistido y el que ha otorgado esos números a nuestra industria. Estaría bien fijar cuál ha sido el gasto medio del turista nacional, hacer la comparativa con el gasto medio que nos iban dejando los turistas extranjeros, y, a partir de ahí, ver cómo se interviene también sobre el propio mercado nacional, aparte de lo que ya se ha ofrecido por parte de la Consejería. Porque además sabemos que nosotros podemos tener una posición de liderazgo dentro del Estado español con respecto al nacional; no es así, nunca ha sido así para el turista extranjero.

Uno de los cambios en esas tendencias —que es además de los que yo creo que en cierta media o en

gran medida va a permanecer y que puede no resultar el más cómodo para una planificación, una correcta planificación turística— es el de las reservas de última hora. Yo creo que ese es un elemento que debemos tener muy presente, y que nos obliga a una proyección a medio y largo plazo. Es decir, ver esos comportamientos y las consecuencias del mismo cómo afectan en la planificación, porque es muy difícil planificar ante la eventualidad que supone el que el turista, pues, haga su reserva en el último momento.

A nosotros nos resulta también muy importante, con respecto al mercado extranjero... Porque aquí se habla de la bajada del turismo británico. Yo creo que hay elementos que no ha planteado el Consejero. Y no lo planteo como consuelo, ¿eh? Lo planteo como elemento que creo que es objetivo. Y es que el valor de la libra ha sufrido bastante en este año, y la retención que le ha supuesto al mercado británico no solo la ha sufrido España, la han sufrido, incluso, otros destinos.

Aun así, deberíamos de... Yo supongo que la Consejería lo tendrá, pero creo que para esta Comisión sería importante tener la proyección y la progresión, sobre todo, de los mercados emergentes —estoy hablando fundamentalmente del Adriático y de Marruecos—, y cómo estos mercados que están ahora, como la palabra indica, emergiendo, están dando respuesta a esos cambios de usos y de modos, para que a partir de ahí podamos estabilizar, por así decirlo, el mercado alemán, el británico y otros a los que aspiramos.

Ahora viene otra incertidumbre, desde el punto de vista de Izquierda Unida, y es cómo el sector —podemos decir que hemos tenido un éxito hasta ahora en lo que ha sido la temporada alta— afronta una temporada baja, y cómo los deseos y las políticas desarrolladas por parte de la Administración para luchar contra la estacionalidad van a confrontar con la estacionalidad baja que presentan estos meses que ahora se nos vienen. Y yo aquí quería llamar la atención sobre algo que creo que puede ser fundamental para romper con la estacionalidad, que es el turismo social europeo. Sé que está ahí, que es una apuesta de la Consejería, pero hace falta ver cuerpo. Desde el punto de vista de Izquierda Unida, deberíamos de avanzar lo más rápidamente, porque, en fin, yo estoy muy convencido del aporte que puede tener el turismo social europeo —el senior y el de jóvenes—, y cómo Andalucía se puede convertir en el destino por excelencia del Inverso europeo, permítanme el término.

Y para terminar... Es algo que ya lo he dicho, además espero que no se lo tomen a mal, pero no entiendo cómo un Gobierno socialista puede obviar el empleo de cualquier análisis que se haga cuando termina la temporada. Y en este sentido sí hay un debe del sector, porque además parece ser como que el empleo no juega un papel fundamental en lo que es la calidad de nuestra oferta turística o que es posible obviarlo del devenir de nuestra industria. Y no es así,

no es así. Hoy, por ejemplo, creemos que el turismo —yo lo he dicho en otras ocasiones y en otros foros, aquí, del Parlamento—... Por eso decía yo que no solo resiste mejor la crisis sino que tiene más herramientas y las pone en funcionamiento ante la crisis. ¿Por qué digo esto? Porque yo creo que si hay un sector que está tendiendo de la manera más adecuada, que está logrando tender hacia la sostenibilidad de la actividad, es el turismo. Hoy sabemos, por ejemplo, que uno de los errores que tuvimos en la Costa del Sol fue la masificación; una masificación que derivó en una pérdida de calidad de la oferta, por ejemplo. Pues con el empleo pasa lo mismo.

Y, señorías, con los números que tenemos hoy aquí, que nos podemos felicitar, no se justifica la ofensiva contra el empleo turístico que ha habido por parte del empresario. Yo voy a seguir haciendo llamamientos, como fuerza política y como Presidente de esta Comisión, me lo van a permitir. Pero como fuerza política hay que darle también un tirón de orejas. Hay que tenderle la mano, como decía el Consejero, pero hay que darle un tirón de orejas. No se justifica que en los primeros cuatro meses del 2009 se hubieran perdido ya más de 3.000 empleos en el sector turístico, más del 50% en la provincia de Málaga. Con estos datos no se justifican la cantidad de expedientes de regulación de empleo, la cantidad de despidos y conflictos que ha habido en un gran número de hoteles de toda Andalucía, no solo en la provincia de Málaga —que estamos viviendo momentos difíciles— sino de toda Andalucía.

Y yo creo que algo tiene que ver —y que la Consejería, por lo tanto, tiene mucho que decir— con la intromisión de inversores o de capital ajeno al sector. Es decir, la intromisión del excedente del sector inmobiliario que, en un momento dado, deciden invertirlo en el turismo y que, como no se dedican al turismo, pues empieza a generar distorsiones en la oferta. Esto se ve muy bien en la oferta de hoteles de alto *standing*, de cinco estrellas, que es una oferta que incrementó mucho el número de plazas de que disponía Andalucía y que ahora está sufriendo muchos reveses. ¿Hay alguna manera —es que no sé, yo sé que es complicado—, hay alguna manera para que desde la Administración se intervenga? Y, además, digo de la Administración porque la Consejería de Turismo... En fin, que el sector del turismo, yo siempre lo digo, es un sector intervenido, ¿eh?, es decir, que tiene una participación muy importante de lo público, y sin la intervención de lo público no habría modelo turístico para el conjunto de nuestra tierra. ¿Hay alguna manera de meterle mano a esto? Porque, si bien es verdad que en el registro tenemos muchas peticiones de establecimiento, no sé si ahora —termino enseguida, señora Presidenta—..., si ahora les dijéramos a todos esos: «Estableceros», nos iban a decir: «Sí puedo», me da la impresión de que muchos dirían que no. Aunque hay muchas peticiones, vuelvo a repetir, también hay muchas propuestas de venta,

de cierre y de rebajas de la categoría de la oferta de esos hoteles, cosa que, desde nuestro punto de vista, no podemos permitir.

El empleo turístico es fundamental para ofrecer la excelencia del servicio. Sin esos pedazos de trabajadores y trabajadoras, de esos profesionales, que son los que impregnan la imagen del destino y del servicio a los turistas, no sería posible este turismo. Y no es de recibo la ofensiva que los trabajadores y trabajadoras están recibiendo a lo largo de este verano. Creo que debiera formar parte de la valoración de la Consejería y que en algo deberemos poner nuestro empeño para que no fuera así.

Gracias.

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Castro Román.

A continuación tiene la palabra, por el Grupo Popular, la señora Martín Pérez.

#### La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señora Presidenta. Buenos días, señor Consejero, y buenos días, señorías.

Empiezo agradeciendo al señor Consejero de Turismo, Comercio y Deporte su presencia en sede parlamentaria, para hacer balance de lo que ha significado, desde un punto de vista estrictamente turístico, el verano 2009. Y agradezco también la información y los datos que el señor Consejero nos ha aportado en su primer turno de palabra.

Es cierto, señor Consejero, y es cierto, señorías, que 2009 se está revelando como uno de los peores años para la economía mundial. Es cierto que estamos todos al abrigo de una crisis internacional. Pero también es cierto que no todos los países y que no todas las regiones estamos afrontando esta difícil situación económica de la misma manera. Por lo tanto, no todos, no todos vamos a salir al mismo tiempo, vamos a salir a la vez de esta difícil coyuntura actual. Lo ha dicho la propia Comisión Europea: España será la última gran economía europea que saldrá de esta crisis. Estamos, desgraciadamente, como en otros muchos más aspectos de la vida, en el furgón de cola, los últimos, y eso es algo que realmente nos debe preocupar a todos, y que nos debe preocupar mucho.

Es cierto que todos los sectores han podido comprobar los nefastos efectos de la crisis económica; ni siquiera el turismo, que, como apuntaba el señor Consejero, tan solo hace un año arrojaba cifras, datos históricos, ha podido escapar a esta crisis económica. Yo creo, señor Consejero, desde luego, que, cuando hablamos de turismo, es mejor ser optimistas que ser

pesimistas, pero creo que es mucho mejor también ser realistas que caer, quizá, en el autoengaño.

Desde luego, desde el Partido Popular, si tuviéramos que resumir con dos palabras cuál ha sido la tónica del verano, cómo ha sido este verano para el sector, yo le diría que, por un lado, ha habido resignación, resignación del sector, a la espera de tiempos mejores, y también incertidumbre, porque hay incertidumbre de saber cuándo empezarán a remontar los mercados.

Hoy por hoy, así también lo ha manifestado el propio sector, lo que más preocupa al sector turístico y también a los subsectores que dependen del turismo es no saber, es no saber hasta cuándo tendrán que seguir resistiendo esta difícil situación económica por la que atravesamos.

El Secretario de Estado de Turismo, el señor Joan Mesquida, ha dicho que parece ser que, a partir del año 2010, se podría registrar una débil mejora, siempre alentada esa mejora por una tímida recuperación, que parece que se está produciendo de los denominados países locomotoras para la economía mundial, como Reino Unido, Alemania o Estados Unidos. Ojalá sea así, señor Consejero, porque ya hemos visto los datos, lo que ha supuesto para Andalucía el descenso en el número de turistas extranjeros.

Coincido con usted plenamente en que el turista nacional ha sido el gran aliado de Andalucía este verano 2009, coincido perfectamente porque es así, los datos así lo demuestran. Pero lo que es cierto es que, hoy por hoy, sigue habiendo incertidumbre y, prácticamente, no hay nada seguro.

¿Los datos del verano? Pues, mire usted, yo creo que ni para el sector turístico ni para el Partido Popular, al que represento en esta Comisión, son buenos. Yo no voy a decir que sean malos, pero voy a decir, simplemente, que no son buenos, por la sencilla razón de que en ninguno de los parámetros, ni en pernoctaciones, ni en ocupación, ni en estancia media, hemos crecido con respecto al año anterior. Es cierto también que el listón estaba alto, pero no hemos crecido.

Usted ha hablado de descensos perfectamente asumibles, de que Andalucía ha mantenido el tipo. Hay realmente empresarios del sector, no solamente de la hostelería, sino también de la restauración, que no comparten esa opinión, ese moderado optimismo que usted refleja en sus manifestaciones. Yo creo, de verdad, que la mejor noticia para el Gobierno andaluz quizás haya sido que este decremento que se ha experimentado en materia turística en Andalucía, que estas pérdidas que se han registrado en el sector estaban dentro de las previsiones que tenía el Gobierno andaluz para este año 2009; es decir, no nos hemos salido, en principio, desorbitadamente de esas previsiones para el año 2009.

Si hacemos una comparativa, no solamente de los dos meses estivales, de julio y agosto, donde Andalucía también es cierto que ha tenido un comportamiento me-

yor que otras comunidades autónomas y los descensos han sido mucho más atenuados con respecto a otras comunidades autónomas, si hacemos una comparativa, desde enero a agosto del año 2009, con respecto al mismo periodo del año 2008, pues ahí sí es verdad que bajamos un poco por debajo de la media nacional, señor Consejero, exactamente, y, según los datos que he podido extraer del Instituto Nacional de Estadística, a Andalucía han llegado, hasta agosto del 2009, un 10% menos de viajeros.

Las pernoctaciones también han descendido un 8,34%, siempre dentro de las previsiones que en principio se marcaban desde principios de año. Muchas veces hemos estado hablando de viajeros, de ocupaciones, pero quizá eso sea también un error, señor Consejero, porque quizá de lo que también tendríamos que hablar no es tanto de los índices de ocupación, sino que habría que hablar también de los niveles de rentabilidad, porque lo que es cierto es que, ante la fórmula de menos turistas, lo que han hecho los empresarios del sector ha sido abaratar los precios. Ha habido, a veces, ofertas realmente irrisorias, para intentar contrarrestar una ocupación mediocre, y eso, obviamente, ha incidido en que el superávit turístico descienda; es decir, que la rentabilidad de ese sector turístico, que hasta ahora dejaba muchísimo dinero para Andalucía, que dejaba mucho dinero para el sector, este año haya dejado menos dinero.

El Presidente de la Federación Andaluza de Hostelería, el señor Ledesma, considera que la hostelería es el sector que más está sufriendo la crisis. Él apunta que se ha perdido un 30% de los turistas y dice también, en una entrevista que he podido leerle, que ninguna de las medidas, en cuanto a líneas de financiación, quizá no vengan todas desde su Consejería, sino que vengan desde otras consejerías del Gobierno andaluz, finalmente no han llegado a los pequeños empresarios.

Siguiendo con los datos, en cuanto a la estancia media, el descenso ha sido porcentualmente muy ligero. Hablamos solamente de un 1,16% y de un 4,46%, en lo que ha sido la ocupación por plazas de fin de semana.

Yo creo que la pregunta que tendríamos que hacernos para hacer una reflexión en positivo, porque yo creo que, y desde aquí, en su momento, yo le ofrecí siempre una crítica constructiva, y el refírle cuando considerara que usted no estuviera a la altura de las circunstancias o de la responsabilidad que le habían otorgado los andaluces, pero, haciendo una crítica constructiva y haciendo un análisis de lo que ha pasado, yo comparto también con usted la afirmación que ha hecho el señor Consejero cuando ha dicho que el perfil del turista es totalmente distinto, eso es verdad. Es un perfil distinto, con una mayor tendencia a hacer la reserva de última hora. Eso de hacer la reserva de última hora también está generando, pues, muchas veces desigualdades, porque ocurre que hay clientes que están hospedados

en un hotel, donde la habitación le ha podido costar 60 euros, y al que está durmiendo en la misma habitación, a su lado, le ha costado 30 euros. Esas son diferencias por las que, en un momento determinado, el turista se puede sentir injustificadamente discriminado. Es cierto que el turista tiende más a la organización individual del viaje y que es mucho más exigente con sus demandas.

Yo creo que el comportamiento del turista, del que ha llegado a Andalucía o ha llegado a cualquier parte de España, ha sido, como respuesta a esta crisis económica, recortar gastos, se ha alojado con estancias más cortas, ha reducido las distancias de sus viajes y, por supuesto, a lo mejor, ha preferido desplazarse en coche que no hacerlo en cualquier otro medio de transporte más caro. Los hoteles, como decía, han optado por lanzar ofertas irrisorias, a veces, para contrarrestar una ocupación mediocre.

Decía, en cuanto a los medios de transporte, que es cierto que también las aerolíneas han visto descender notablemente el volumen de pasajeros. El principal aeropuerto andaluz, Málaga, contabilizó en agosto 1,3 millones de viajeros, un 8,8% menos que en la misma época del año anterior.

El señor Castro Román ha apuntado el tema de la empleabilidad. Yo creo que también hay una explicación, y yo creo que la explicación está en cuanto a la rentabilidad.

Yo creo que hay que destacar que, siempre que a un empresario, a una persona, sin que nadie le obligue ni nada le obligue, decide apostar por abrir un negocio, un comercio, un hotel, para generar puestos de trabajo, debe merecer todo nuestro respeto y consideración. Y yo creo que el gran mérito del empresariado, del sector, ha sido que, a pesar de que han lanzado ofertas irrisorias, se ha prestado la misma calidad del servicio al turista, no ha habido ningún detrimento en la calidad del servicio. Por lo tanto, sí me gustaría reconocer en esta Comisión el esfuerzo que se ha hecho por parte del empresariado.

Y hablábamos del empleo, porque es cierto que los parámetros, cuando hablamos de los descensos en ocupación, luego, sin embargo, en cuanto a pérdidas de puestos de trabajo, son mucho más altos, y, por dar un dato que aporta el propio sindicato de Comisiones Obreras, en Andalucía se ha bajado con respecto al año anterior en un 6,7%. Solamente en la provincia de Málaga, en el mes de julio, se habían perdido 1.971 empleos. Quizás, quizás la razón sea esa pérdida de rentabilidad, de superávit turístico, porque el turista ha gastado menos, y nosotros también hemos ofrecido el mismo servicio, a la misma calidad, pero a un precio mucho más bajo.

Yo creo que lo que hay que hacer, señor Consejero, de la mano de todos —comparto con usted también esa afirmación—, es poner en marcha iniciativas que luego sirvan para intentar arreglar la situación actual,

pero que también nos sirvan para dibujar un horizonte en positivo que garantice el futuro de esta principal industria, que es el turismo.

Yo, desde luego, con lo que no estoy de acuerdo —y así también se lo ha manifestado la Mesa del Turismo, y usted, pues no se ha referido a ello en su primer turno de palabra; a lo mejor lo hace ahora— es con lo que ha hecho el Partido Socialista del Gobierno de España. Yo creo, de verdad, que es un grave error el haber subido el IVA general y el IVA reducido. Eso va a repercutir bastante en el sector, que va a tener que repercutir en sus precios el aumento de estos impuestos, o bien va a tener que tener menos margen de beneficios, dado que tiene que aplicarle un incremento de dos puntos en el IVA general y de un punto en el IVA reducido. Se ha hecho, de verdad, señor Consejero, desde el Gobierno de España, desde el Partido Socialista, todo lo contrario a lo que le venían solicitando los empresarios, que era, precisamente, una rebaja del IVA reducido para intentar beneficiar a dos sectores muy importantes del sector, como es la hostelería y como es la restauración.

Usted ha hablado también de la Mesa del Turismo. También desde la Mesa del Turismo se le ha acusado de hacer imposible ese repunte del sector por subir el IVA. Eso es un problema, señor Consejero, sobre todo cuando hay otros países, que son competencia directa de España y de Andalucía, que están bajando, precisamente, ese tipo de impuestos, y yo creo que ahí va a haber una diferencia que quizás nos haga perder competitividad.

Yo creo, señor Consejero, para ir terminando, que, como usted bien ha dicho, hay personas que todavía llegan, hay inversiones, se incrementa la oferta, se hacen más hoteles, se abren nuevos negocios, nuevos comercios... Pero yo también estoy preocupada por muchos de los que están ahora, hoy día, trabajando, pero que no tienen el futuro fácil, que lo tienen difícil para seguir. Por ellos también hay que preocuparse.

¿La temporada otoño-invierno? Pues yo creo que todavía hay incertidumbre y un poco de miedo por parte del sector, porque no sabemos a priori cómo podrá salir. Ya hubo el año pasado, sobre todo, establecimientos hoteleros del litoral mediterráneo, de nuestras costas, que entre semana tenían que cerrar sus hoteles y únicamente abrirlos puntualmente, de fin de semana o para épocas puntuales, como Semana Santa, puentes, fines de semana, etcétera.

Pero quiero terminar, señor Consejero, en positivo, porque yo creo que, desde luego, en turismo es mejor mantener una actitud positiva, como decía, que una actitud negativa o pesimista.

Usted dijo recientemente, en un artículo que tuve ocasión de leerle con ocasión del Día Mundial del Turismo, que el turismo somos todos. Eso es una frase que también se había dicho anteriormente y que compartimos prácticamente todos los que vivimos de cerca el turismo, por una circunstancia u otra.

Por tanto, yo, desde aquí, le apelo y le exhorto a trabajar, porque es mucho más fácil trabajar por el bien de todos, aceptando las ideas de todos, también las ideas que podamos aportar desde aquí, desde el Partido Popular, enriquecer entre todas esas ideas, y, por supuesto, desarrollarlas con el esfuerzo de todos. Creo que esa es la fórmula mejor que podemos aplicar para que en poco tiempo el turismo pueda recuperar en Andalucía el esplendor que tenía recientemente.

Muchas gracias y nada más.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Martín.

El portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, en esta ocasión señor Gallego Morales, tiene la palabra.

#### El señor GALLEGO MORALES

—Muchas gracias, señora Presidenta.

La verdad es que, antes que nada, me congratulo de las intervenciones de los portavoces que me han precedido en el uso de la palabra, porque, con algún desliz —con algún desliz al que me referiré después—, han sabido sacar del escenario cainita de la política algo que pertenece al interés general. Habíamos tenido algún amago, hace unos días, en el Pleno, de que parecía que también el turismo entraba en el escenario cainita y que iba, en consecuencia, a ser objeto de algún tratamiento tipo encíclica dogmática, y que el tono pontifical que se iba a utilizar hoy respecto a los datos del turismo pudieran aventurar el más negro de los sentidos. Pero quedó en un amago. Veo que la gente sabe entender que hay intereses que están por encima de la lucha cainita partidaria y, por tanto, se evita la encíclica partidaria, aunque en algún momento me referiré a ello, sobre todo al hilo del posible tratamiento o la incidencia de los impuestos en el sector. El sector es también España, y España somos todos, y, por tanto, el turismo somos todos, pero España también somos todos, y el interés general somos todos —y también me referiré después a ello—.

Quienes estamos acostumbrados a disciplinar la razón, de alguna forma, cuando hacemos los análisis de cualquier realidad, siempre enmarcamos datos para el análisis, y me parece muy acertado, por tanto, el marco para el análisis en que nos ha situado la intervención del señor Consejero, y al que el portavoz de Izquierda Unida también, en algún momento, creo que ha hecho contribuciones añadidas respecto a desde qué parámetros se debe analizar un elemento o un sector, como es el sector turístico en Andalucía, que viene a ser una contribución importantísima, primera magnitud en términos de producto interior bruto. Y,

además —y es otro dato a considerar—, de los que utiliza empleo intensivo, y, por tanto, en ningún análisis político, y, por tanto, también las reflexiones que se han introducido en materia de empleo por los portavoces que me han antecedido en el uso de la palabra, contribuyen, igualmente, a situarnos, como lo ha hecho el señor Consejero, en el escenario más adecuado para analizar los datos de este verano. De este verano en el que parecía, o alguien creería —y me refiero a alguna intervención que ha habido—, que siempre se está obligado a superar el récord del mundo. Hasta Bolt cada vez que acude a un mitin. «Pues haga usted una décima de segundo más». Pero no, es que hay lesiones coyunturales, o puede que el terreno no esté en las mismas condiciones, y otras veces el marco, y, por tanto, ¿teníamos que crecer en tiempos de crisis y en un contexto internacional y nacional como en el que estamos? ¿Teníamos que crecer por encima del récord histórico? Parecería de bobos, sería de memez intelectual plantearse siquiera que esos pudieran ser los datos esperados. ¿O de pronto el mundo se iba a concitar: «Ayudemos a Andalucía, vayamos todos allí»?

Miren, hay datos, y el señor Consejero lo ha explicado muy bien, con temas..., ha aludido muy bien, lo que abrevia largas digresiones. Es que, cuando se hacen los compromisos de contratación, normalmente con los hoteles, los *touoperators*, estaba la libra a 1,02. En abril estaba la libra a 1,02. Y, en relación al dólar, que es el que opera en otros mercados que son competencia directa nuestra, sin embargo, las equivalencias eran distintas. Por lo tanto, eso es un dato de primera magnitud. ¿O es que Thomsonfly o Thomas Cook van a perder dinero en la operación para satisfacer los nobles deseos de no sé quién? No: son empresas que buscan rendimiento y beneficio, y, por tanto, esos comportamientos, que parecen circunstanciales y que no se tienen en cuenta, enturbian cualquier análisis. Pero enturbiarían más todavía todos los análisis, y, por tanto, la capacidad de respuesta que podamos dar, y creo que esa es la lógica en la que se inscribe o en la que se ha inscrito toda la intervención del señor Consejero. Es cómo, cómo operamos sobre datos cambiantes respecto a la propia ordenación del ocio por parte de las personas. Y, si no hacemos análisis realistas y diagnósticos adecuados de un nuevo tipo de..., casi me permitiría afirmar de un nuevo fenómeno civilizatorio en términos de ocio y distribución del viajero, y de cómo ordena su propio viaje, nos estaríamos engañando.

La gente no se fideliza, y, en este sentido, tenemos que agradecer los datos de que sol y playa sigue teniendo su público, y tiene un público importante, y, por tanto, esa competencia que tenemos ha hecho que el mercado nacional principalmente haya apostado por el sector, incluso en competencia con los que serían los destinos nacionales, ha hecho que subamos en un puesto, me ha parecido entender de la exposición del señor Consejero, subamos en un puesto nuestra

situación relativa. En consecuencia, enhorabuena al comportamiento de ese sector, aunque tendremos que repensar qué nuevos elementos... Y la intervención del señor Consejero al respecto, cuando ha hablado de provincias que tienen un icono, o ciudades que tienen un icono, y que hay que alimentar otros elementos para completar eso, significa que hay que repensar y reorientar la política de apoyo y de estímulo, que es la que corresponde a la Administración. Porque podemos incurrir en el riesgo de solicitar a la Administración que venga a subvenir deficiencias del sector privado, cuando el sector privado no funciona, o tenga que abstenerse y dedicarse a la política de estímulo y de apoyo.

En este caso, están muy claras las funciones, en las más puras técnicas administrativas, del fomento que debe hacer la Administración. Y, por tanto, tenemos que felicitarnos de que estén dando resultado las campañas a las que se ha referido el señor Consejero, ya que hay toda una planificación por parte de la Consejería destinada a estar atenta a los cambios importantes que se están produciendo en los comportamientos de los ciudadanos a la hora de elegir sus destinos; desde la decisión de última hora, y por tanto el tener en la persistencia de la memoria a partir de campañas de todo tipo en origen, para que cuando decidas para dónde me voy este fin de semana, sea porque hayas visto en tu revista: «Málaga, ciudad de tal...», o hayas visto en la última tal. Son decisiones que afectan. Y quienes tenemos el buen gusto de viajar —y a ser posible viajar mucho, porque enriquece mucho—, pues sabemos que nuestros comportamientos muchas veces se dejan llevar por cómo nos ha influido una imagen. Pero, en modo alguno, puede contribuir a crear atención y atracción hacia un lugar la existencia de conflictos institucionales, o de otro tipo, en torno al turismo. Me estoy refiriendo a temas muy concretos que, por un elemental sentido de la elegancia parlamentaria y de no traer a un ámbito lo que son preocupaciones propias de otros ámbitos —y la señora Martín sabe a qué me refiero—, tienen su ámbito de discusión en el ámbito provincial o local, y no el ámbito autonómico. No los voy a traer, porque es costumbre que no acompañe en el quehacer parlamentario, normalmente, al Grupo Popular. Pero si hay en un lugar una guerra intestina entre instituciones respecto a quién puso más y quién quitó menos, acaba diciendo el turista: «Huy, si esto parece que los vuelos me los pueden quitar de este sitio, me voy donde haya vuelos seguros». Hasta elementos de ese tipo inciden en la decisión del propio..., influyen en la decisión del turista.

Por tanto, hay que tener en cuenta todos estos elementos a la hora de valorar cuál ha sido el comportamiento. Y a mí no me cabe duda, y no lo hago en términos de elogio, sino de crítica constructiva también: el comportamiento del turismo durante este verano en Andalucía es excelente si lo comparamos con el comportamiento de cualquier otro ámbito terri-

torial en el momento. Es que los análisis asincrónicos, fuera de tiempo, y comparándolos con el mejor de los tiempos... En España había un tiempo en el que no se ponía el sol; nuestros dominios eran universales. Pero ¿hay que comparar esos elementos? No, son análisis erróneos y, por tanto, están trucados mentalmente. Yo los comparo con el comportamiento que ha tenido el turismo nacional en el resto de España, y ha bajado menos que en el resto del Estado. Por tanto, significa que nuestro comportamiento es mejor que el de la Comunidad Valenciana, que el de Murcia, que el de Cataluña, y de lo que serían, dentro de España, nuestros competidores en términos relativos.

Y si lo hacemos en términos internacionales, pues hay que analizar todos esos datos en los que nos ha situado, estratégicamente también, la intervención del señor Consejero.

En consecuencia con ello, sí tenemos que introducir otros elementos. Y desde el Grupo Socialista, animamos, porque sabemos que está haciendo una tarea encomiable, desde ese punto de vista, a la Consejería a seguir trabajando, como nos ha comentado, en la idea de la concertación con los agentes sociales y económicos comprometidos en el sector, puesto que de ese compromiso concertado, señor Consejero, le preveo más réditos, en términos sociales y económicos, para la sociedad andaluza y para el sector en concreto, que de los eventuales acuerdos de otro tipo, donde quizás, en un momento determinado, las posturas partidarias pudieran prevalecer, o intentar prevalecer, sobre el interés general del sector.

En consecuencia, mano tendida y trabajo con consideraciones que han de hacerse. Y me parecen también oportunas, en ese sentido, las matizaciones que ha introducido el señor Castro en su intervención. Quienes observamos el día a día del turismo en Andalucía, sabemos del esfuerzo que hacen también... El denodado esfuerzo —sería deducible de la intervención de la señora Martín— de los empresarios, pero también hay que cuidar el tipo de trabajo que se presta en los servicios hoteleros. Y no me estoy refiriendo ahora solamente a la calidad que requeriría la mejor [...] partes, sino que, por ser un sector intensivo en el tratamiento de mano de obra, tiene elementos o mercados de trabajo estructurales y mercados de trabajo coyunturales, y, por tanto, donde puede estar justificada, por razón de ocupación, en un determinado momento, la utilización de fórmulas contractuales permitidas en nuestro ordenamiento para ese tipo de trabajo, pero que no vayan en menoscabo del servicio, ni tampoco de la calidad del empleo, por ser también un tipo de trabajo en el que se pueden refugiar muchas veces la parte de economía sumergida, que yo creo que todos estamos en contra de que, en su momento, pudiera actuar en este sector.

Y por lo que hace a los elementos de precios de mercado y tal, yo no pediría, en ningún caso —porque

es imposible en lógica de mercado—, que desde la Consejería se pudiera establecer ningún tipo de precio vinculado. Los precios se fijan en función de oferta y demanda, y, por tanto, nuestro trabajo y el de todos es intentar que la oferta sea la más adecuada.

Quiero reconocer también el dato a que se ha referido el Consejero de cómo, sin embargo, algo debe estar ocurriendo, y algo positivo, cuando sigue manteniéndose las ofertas y se siguen manteniendo los proyectos de inversión en el sector turístico. Y en un turismo, además, que creo... Y ahí hay que reconocer el trabajo reorientador que está haciendo la Consejería, en cuanto hacia dónde se deben focalizar las inversiones en materia turística, y no hacer más de lo mismo de lo que ya tenemos, pues nos podría hacer incurrir en matar a la gallina de los huevos de oro... La de los huevos de cemento, la matamos hace tiempo en los litorales, pero, en este caso, en materia económica. Y, por tanto, esa reorientación, que sí me consta que está haciendo la Consejería, es la que nos va a situar en el mejor de los escenarios posibles.

Por tanto, señor Consejero, agradecerle dos cosas de su intervención: de una parte, su tono responsable, políticamente, al haber mostrado un tono de relativa preocupación cuando tiene que ser de moderada satisfacción, si lo hacemos... Esto lo decía muy bien San Agustín: «Si me miro, no me gusto; ahora, si me comparo...». Pues, lo mismo. Si vemos los datos, relativamente, en comparación con los datos del año anterior, pues, podrían decir que hemos disminuido. Pero, respecto al mejor registro que hemos hecho, a la mejor carrera de nuestra vida, este puede ser el segundo o tercer resultado en una carrera que ha tenido muchos resultados. Pero, ahora, otros se están quedando más rezagados.

¿Cuál es nuestro quehacer? Y ahí le seguimos animando a que siga haciendo usted no lo solo la gimnasia de mantenimiento, sino los esfuerzos que sabemos que está haciendo en torno a las campañas, que ha diseñado, dirigidas a los colectivos que están destinados a ser el grueso de las demandas de nuestro sector turístico.

Enhorabuena, señor Consejero.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señor Gallego Morales.

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

#### El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias a los tres portavoces.

Si la Presidenta y usted me lo tienen a bien, quisiera hacer dos tipos de intervención. Por un lado, traía preparada toda la campaña otoño e invierno para informarle a la Comisión... Me parecía que, después de las intervenciones del señor Oblaré, del señor Castro y de la señora Martín, podía ser interesante decir un poco, aunque sea con vocación de síntesis, qué vamos a hacer de aquí hasta diciembre, porque, lógicamente, hay una preocupación. Por tanto, si la Presidenta lo tiene a bien, consumiré cinco minutos más, y, si no, lo dejaríamos para otra intervención parlamentaria. Por tanto, me parecía que debía de transmitir a la Comisión de Turismo cuál era el tema. Y voy a sumarme a las reflexiones conjuntas de los tres portavoces, a los que les agradezco su turno.

En primer lugar, el tema del optimismo. El turismo es un bien de consumo, lo ha sido siempre. Por lo tanto, antes era muy importante el optimismo, sí. Si uno vende con convicción, vende mejor. Si uno se pone a vender y saca, pues, argumentos como: «este año vienen menos», «este año van a gastar menos», a priori... En una cosa que ha dicho el señor Castro, que ya va a formar parte de la cultura turística, se va a comprar la noche anterior. Es decir, las previsiones —no..., es una exageración—, las previsiones de la gente que amamos el turismo, que se daban el mes de enero, finales de enero, los hoteleros tenían cerrada toda la temporada. No va a ser posible, porque los datos de este verano demuestran que el 69%, que es una cifra espectacular, el 69% que vino a Andalucía compró individualmente, y fundamentalmente por Internet. Por lo tanto, y usted me lo ha escuchado, señora Martín, y le agradezco siempre su tono, yo trato siempre de ser moderadamente optimista, pero haría un flaco favor a esta Comunidad Autónoma si yo vendiera pesimismo. Eso no, no está lejos. Pero no lo hago yo solo, y lo agradezco. Yo le tengo..., lo que ha dicho el Alcalde de Granada, delante de ustedes y de mí, el otro día, lo que ha dicho el Ayuntamiento de Marbella, la de Torremolinos, la de Adra o la de Fuengirola, diciendo que son datos mejores de lo que tenían previsto.

Un dato muy importante, señora Martín. Mire usted, si hiciéramos la media de los cinco años últimos de turismo en Andalucía, es decir, desde 2009 hacia atrás —que, por cierto, son los cinco mejores de la historia—, hubiera aumentado en pernoctaciones un 2,8. Es verdad que ha subido el turismo nacional un 10%, y es verdad que el turismo internacional ha bajado un [...].

Por lo tanto, tenemos que hacer un esfuerzo en el sector turístico por vender lo mejor de nosotros mismos. Yo le voy a contar una reflexión que hizo el que fue presidente de un club de fútbol, el señor Gaspar, de la cadena Husa, del Consejo Interterritorial de Turismo. Y dijo: Cuando uno va por la carretera y no sabe dónde va a parar a comer —utilizo más o menos la expresión—, no suele uno parar en un establecimiento donde no

hay nadie; normalmente, uno va al establecimiento en el que hay coches aparcados, camiones, autobuses, etcétera. ¿Por qué? Porque parece, a priori, que hay una buena oferta. Yo, es por eso que estoy insistiendo todo el verano en que estos datos son asumibles, extraordinariamente, en la coyuntura económica que hay mundial.

Sí, he dicho lo de la libra, y... Porque es que es verdad, es tremendo. ¿Para todos los países igual? No, para nosotros más. Nuestro principal país emisor es el Reino Unido —después contaré las acciones de cómo nos vamos a volcar de aquí hasta diciembre—. La libra ha sido un elemento que se añade a la crisis. El mercado alemán, por ejemplo, ha resistido mejor, ha resistido mejor, y ha sido más fiel, curiosamente. Y en el mercado nacional ha sido todavía peor el tema inglés.

Por lo tanto, todos tenemos que acostumbrarnos a vender lo mejor de nosotros mismos, punto primero. Punto segundo: el tema de la competitividad. Yo he dicho en esta Comisión que estamos poniendo en marcha tres elementos fundamentales, que no los voy a explicar: uno, el Laboratorio de Inteligencia Turística, que el 15 de octubre va a empezar con uno de ellos, el primero, el de consultoría. ¿Qué pretende ese laboratorio de consultoría? Pues aquellas empresas que tengan crisis, o aquel que quiera montar un establecimiento de esos que vienen, les vamos a reorientar gratuitamente, haciéndoles una valoración del mercado, de los gastos, del consumo, del inmueble, del turista que viene, etcétera. Punto primero. A mí eso me parece claro. O hay una mejora de la competitividad en las empresas, o bien tendremos dificultades para ser competitivos con otros destinos. Por lo tanto, segundo, la comunidad virtual. Ese es mi sueño. ¿Y qué es la comunidad virtual? Pues, mire usted, la superación de algo que viene demandando el sector turístico, que vienen demandando todos los consumidores o usuarios, en que el portal que vamos a poner en marcha, espero que el primer trimestre de 2010, de la Junta de Andalucía, no solo tenga información, sino que tú puedas comprar. Porque la base va a estar ya no solo en la reserva del hotel, sino, como todos sabemos, ese turista del siglo XXI ya no programa, cuando programa el viaje, ya no solo programa la planta hotelera, y usted lo sabe muy bien, señor Castro, y señora Martín, y mi admirado Ángel Gallego. Tú programas ya el viaje completo, y, por tanto, estás hablando de ocio; por lo tanto, estás hablando de complementariedad en esa oferta. Bueno, pues yo quiero que esa comunidad virtual, que hay pocas en el mundo, porque a veces nos ponemos todos muy... Está, la que más nos ha gustado, en Montreal, pero es para una ciudad, y no estamos hablando de una comunidad.

¿Y por qué la llamo comunidad virtual, y no la llamo portal, que tendrá que llamarle? Porque quiero asumir una responsabilidad. El Presidente de la Junta me lo

autorizó, y la quería asumir. Si el centro del turismo del siglo XXI es el turista, porque es el que está eligiendo, ese turista, cuando se marche de Andalucía, o si es dentro de Andalucía, en esa página, en ese portal va a poder escribir su experiencia y va a poder criticar lo que no le guste. No hay ninguna institución que asuma ese riesgo. Pero nosotros tenemos que ser conscientes de que la única forma de corregir los defectos es admitiendo, ¿a quién?, al turista, que prefiero que me lo diga, para que lo podamos corregir.

Por lo tanto, esa comunidad virtual tiene que ser clave para esa competitividad. Comercialización; no sólo información, sino comercialización. Y tercero, compromiso. Si el turismo somos todos, vamos a asumir todos el compromiso. Pero que a lo mejor la crítica no es el hotel, o a lo mejor la crítica no es la restauración. A lo mejor es que hay un monumento en el que no puede entrar, porque está cerrado. O porque es un municipio que no cuida las playas, etcétera. Por lo tanto, ese es otro elemento fundamental. Y tercer gran elemento, la diversidad. La diversidad. Ya no se mueve el turista por un solo elemento. Usted me preguntaba, señor Castro, si nos está haciendo Marruecos y la costa del Adriático..., y yo le diré que no, hasta ahora. Pero también usted mismo me ha dado, usted mismo daba la respuesta: la calidad y la excelencia que nosotros tenemos en el Atlántico y en el Mediterráneo, que son ambas costas, es muy superior a cualquiera de estos sitios. Y es muy superior, donde se ha viajado menos, porque es una de las características de la crisis, el viaje de largo recorrido, que es el Caribe, que tiene una grandísima planta hotelera, como usted sabe, y cuyos vuelos son muy..., digamos, cuyas ofertas de paquetes son muy baratas, no tienen oferta complementaria. La oferta complementaria que puede tener esa Costa del Sol, que tiene a menos de una hora la Alhambra, y viceversa, el que va a la Alhambra tiene a menos de una hora... Pero es que esta Sevilla potente, extraordinaria, en torno al Guadalquivir... Es que, cuando hablamos de esta Comunidad Autónoma y hablamos de Cabo de Gata, cuando nosotros hablamos de Doñana, cuando nosotros hablamos de Cazorla, Segura y Las Villas, cuando nosotros hablamos de Úbeda y Baeza, cuando nosotros hablamos de Córdoba... Es decir, nosotros, es que es tan potente la diversificación y la oferta que tenemos. Nosotros tenemos un *surf* en Tarifa espectacular, absolutamente espectacular, y estamos adaptando ese municipio, curiosamente, el comercio, si alguna vez van a Tarifa, miren cómo hay un comercio que resultaría incomprensible en el resto de Andalucía, porque va todo dirigido a ese público. Por lo tanto, todos los planes turísticos tienen que ir a la diversificación de la oferta. Si no lo hacemos así, si no aumentamos, si no aumentamos esa oferta complementaria, perderemos, probablemente, unos años. Quiero decir, señora Martín, que no creo que estemos en función de perder unos años; lo que sí digo es que

estaremos gestionando bien el presente, pero no el futuro. Y el futuro se hace a través de la planificación turística, en la intervención en el territorio. Esa intervención en el territorio tiene que ir propugnando cada vez más complementariedad en los destinos, capaces de que la estancia sea más larga.

Y, antes de pasar al tema de la promoción, porque usted sabe muy bien que, en turismo, hay una especie de axioma: hoy día es más fácil retener a un turista que captar a uno nuevo. Y, por lo tanto, lo que tenemos que hacer es que ese turista se quede más tiempo. Que va a venir en consecuencia con la recuperación económica, que ahora no puede más. Porque la situación económica, lo decía brillantemente el portavoz socialista, también en Alemania se ha notado. Es que se ha notado en todo el mundo. Es que es lógico que, quizás, todos gastemos un poquito menos, porque todos lo hemos hecho, ¿en función de qué?, de que nuestras inversiones, lógicamente, han sido, interiores.

Por lo tanto, vamos a seguir trabajando en el tema de turismo, y lo vamos a hacer con la pasión con que lo estamos haciendo. El turismo necesita pasión. Pero en esta Comunidad Autónoma es extraordinariamente importante. Y yo por eso seguiré pidiendo y seguiré esforzándome. Y, cuando no lo haga, también les pido a ustedes que me llamen la atención, en la medida en que la contención dialéctica tiene que ser importante, porque este es un sector, insisto, donde la violencia dialéctica puede hacer mucho daño. Supongo que en todos, pero este es muy sensible, y es más fácil aunar esfuerzos y sumar voluntades que no estar en perfecta contestación política.

Por lo tanto, si me permiten, les voy a leer, aunque sea brevemente, las notas de *Andalucía no se cierra* como fruto de la campaña otoño e invierno. Bien.

Tras el despliegue especial que hemos hecho este verano, tenemos la intención de comenzar un otoño —si me permiten la expresión, y sin ninguna...— caliente e intenso en acciones promocionales y de comunicación. Nuestro lema junto a *Andalucía no se cierra* será: Frente a la crisis y la temporada baja, ilusión y trabajo.

En este sentido nos comprometemos a desarrollar —este dato es muy importante; lo dije el otro día en el Pleno—, al menos, una acción de promoción al día en cualquier lugar del mundo, hasta final de año, y a desarrollar actuaciones en 25 países diferentes, por mercados. Voy a destacar las actuaciones más relevantes.

Primero, vamos a dedicar una especial atención a recuperar el mercado británico. No solo estamos preparando con especial cuidado la World Travel Market de Londres, sino que nos vamos a anticipar a su desarrollo preparando el terreno. Primero, con la celebración de la Semana de Andalucía en los famosos almacenes Harrods de Londres —saben ustedes que hay seis— del 12 al 18 de octubre, en colaboración con Tourespaña; la asistencia a eventos y ferias relacionadas con los

segmentos de turismo de mayores, idiomáticos o de eventos deportivos, que en ese mercado son clave, y la celebración de unas jornadas de comercialización en el segmento de reuniones y congresos en noviembre en cuatro ciudades británicas.

Respecto a la World Travel Market de Londres, les anticipo que nuestra presencia será muy intensa y muy innovadora. El año pasado sorprendimos a los ingleses, y, estoy seguro, lo vamos a hacer igual.

Segundo. La segunda prioridad es el mercado alemán, al que ya hay que seguir mimando, ya que se está demostrando mucho más estable que otros mercados. Se está desarrollando en estos momentos una campaña específica sobre el segmento de interior y de naturaleza; se va a celebrar en Cádiz, del 21 al 25 de octubre, el Foro Alemán de Turismo, al que hemos invitado a 200 agentes de viaje alemanes; tendremos presencia destacada en ferias y congresos, entre los que destaca Expolingua Berlín, 20 y 22 de noviembre.

También —tercero— vamos por apostar a abrir nuevos horizontes en mercados emergentes. Va a comenzar a andar el proyecto Turismo Senior Europa, que es del 1 de octubre hasta final de marzo, para conquistar el mercado europeo, especialmente en los países del este.

En Canadá se van a celebrar, en diciembre, las jornadas profesionales SIMA, sobre turismo de negocio. Además, es mercado objetivo, junto con Estados Unidos, del Fam Trips, que se celebra de septiembre a noviembre para promocionar el turismo cultural, que ahí juega un papel muy importante.

Mercados árabes. Estos días estamos celebrando en Marbella unas jornadas profesionales específicas orientadas a captar clientes de alto poder adquisitivo en estos mercados.

Cuatro: otros grandes eventos de carácter internacional que se van a desarrollar en Andalucía. Del 16 al 19 de noviembre, vamos a recibir en Marbella más de mil doscientos agentes especializados en golf, en la IGTM 2009. La celebración en Málaga, del 15 al 17 de octubre, del Foro Europeo de Turismo Social, al que asisten 500 agentes especializados. Tampoco vamos a desaprovechar las garantías que supone el mercado nacional para nuestro turismo. Mañana —y tengo a la presidenta al lado— comienza la feria Tierra Adentro, en Jaén, muy importante, junto al II Encuentro Internacional de Comercialización de Turismo Interior, Rural y de Naturaleza. También se está dando impulso a la acción Grandes Experiencias, para los mayores de 55 años y sus acompañantes.

Vamos a cerrar próximamente un convenio con Renfe para aprovechar el vínculo de Andalucía con el resto del país a través del Ave. Ahí vamos a actuar en Lleida, Barcelona, Tarragona, Zaragoza, Ciudad Real, Segovia, Valladolid y Madrid. A medio plazo queremos ampliar esta fórmula de cooperación añadiendo acciones de comercialización.

Ayer se celebró en Málaga la Mesa de Turismo y Transporte porque queremos vincularlo al tema que empieza a afectar y queremos empezar a reflexionar sobre él.

Y, por último, no quiero dejar de indicarles una seña de identidad de Andalucía que hemos puesto en marcha en la Consejería con mucho cariño: nuestra implicación en eventos deportivos de nivel. Estos van a seguir siendo una constante en nuestra programación. Tras la Copa Davis o el Desafío Doñana, la próxima gran cita es la iShares Coup en Almería. También se trabaja en la constitución de un plan deportivo orientado a construir *sports bureau* en diversas provincias andaluzas —esto es muy interesante: vamos a empezar por Cádiz—, para la recepción de equipos deportivos durante todo el año. La bondad de nuestro clima y las buenas instalaciones deportivas que tenemos nos permiten en invierno que algunos de los agentes deportivos que suspenden sus ligas o sus competiciones en los meses de invierno puedan venir.

Como pueden ver, seguimos trabajando, convencidos de que es la mejor receta para superar todas las dificultades. De este esfuerzo esperamos los mejores resultados posibles para todos.

#### **8-09/POC-000684. Pregunta oral relativa a las obras de ordenación y remodelación de la plaza de La Romanilla, en la ciudad de Granada**

La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señor Consejero.

Pasamos, si les parece, al siguiente punto, en este caso preguntas con respuesta oral en Comisión. La primera de ellas es relativa a obras de ordenación y remodelación de la plaza de La Romanilla, en la ciudad de Granada. La proponente es la señora Martín Pérez y tiene la palabra.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señora Presidenta.

A ver si seguimos, señor Consejero, en esta buena línea que llevamos hoy en las intervenciones.

Bueno, señor Consejero, la pregunta que le formulo tiene que ver con unas declaraciones que usted hizo en los distintos medios de comunicación relativa a una petición que le hizo el Alcalde de la ciudad de Granada con motivo de una visita que usted giró a la ciudad para inaugurar una obra en el granadino barrio de Realejo; obras que se habían ejecutado con cargo

al Plan de Turismo que desde el año 2005 se desarrolla en colaboración con la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de la ciudad. En concreto, el Alcalde le solicitó que, con cargo a ese plan de turismo, que, como decía, se viene desarrollando desde el año 2005 hasta el horizonte de 2011, se financiaran las obras de reordenación y mejora del entorno del futuro centro Federico García Lorca. Me refiero, en concreto, a las obras de la plaza de La Romanilla.

Usted, en principio, señor Consejero, justificó su negativa a financiar estas obras dentro de este plan de turismo porque consideraban que no pueden financiarse con fondos de su Consejería obras que son de un exclusivo carácter urbano, y que sería, desde luego, más adecuado o acertado que estas se hicieran con cargo al Ayuntamiento, y, en concreto, con la Gerencia de Urbanismo. La polémica ha saltado cuando el Ayuntamiento ha tenido conocimiento de que las obras, también, de reordenación y mejora del entorno del Museo Pablo Picasso, en la ciudad de Málaga, sí iban a ser financiadas con cargo al recientemente aprobado plan de turismo para la ciudad de Málaga —cosa de la que nos alegramos enormemente, de que la ciudad de Málaga pueda disfrutar de un plan de turismo—, al considerar desde la Consejería que el entorno del museo fortalecerá a la capital como destino cultural urbano a escala internacional con la figura de Pablo Picasso como referente.

Pues parece que, a priori, la razón o las razones que usted, en principio, esgrimió como justificación para no financiar la obra en plaza de Romanilla, pues no se sustenta, viendo que en la ciudad vecina de Málaga se van a hacer también obras de corte urbano en el entorno del Museo Pablo Picasso.

Es por ello por lo que hoy le hemos formulado esta pregunta.

Gracias.

La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Martín.  
Señor Consejero.

El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señoría.

Casi que le he contestado con la intervención anterior: He hablado sobre Picasso y he hablado sobre Granada.

Pero, mire usted, nosotros estamos haciendo una inversión —se lo he dicho antes— sobre la diversidad, actuando en 91 actuaciones con 890 millones. Pues, mire usted, de esas 91 actuaciones, me quedo abso-

lutamente sorprendido cuando compruebo que, solo en el plan turístico de Granada, se ha trasladado a los medios de comunicación la diferencia que podemos tener en el seno de la comisión de seguimiento respecto a una toma de decisión. Es en ese marco donde debemos priorizar y consensuar las futuras acciones que conforman el plan: me parece que no es positivo para nadie sacar ese debate a la calle antes de haberlo aprobado donde corresponde.

Señoría, el Plan de Turismo de Granada se denomina «de recualificación y diversificación». Su principal objetivo es crear nuevos productos en la ciudad y poner en valor recursos de distinta índole que son susceptibles de transformarse en producto turístico.

Esta Consejería entiende que una primera fase del plan se ha cumplido con la etapa de mejora de entornos, accesos y lugares emblemáticos: La Alcaicería, el acceso del Realejo a La Alhambra y el entorno del auditorio Manuel de Falla y del Carmen de los Mártires. Pero, señoría, respondiendo a su pregunta, la remodelación de la plaza de La Romanilla es una obra fundamentalmente de pavimentación, una obra interesante —yo no lo discuto—, pero que no cumple con las líneas estratégicas del Plan de Turismo de Granada.

Mire usted, si no tuviéramos posibilidad de ofertar productos nuevos, pues yo creo que estaríamos encantados de estar en dicha obra; pero ahora, como le digo, toca cumplir con el objetivo de crear nuevos productos, y, en este sentido, una política turística sería nos demanda que mejoremos la oferta pública de las ciudades, que acometamos lo interesante, pero también lo urgente, actuando con los elementos más singulares, como es El Sacromonte.

Nosotros priorizamos los datos que le voy a dar a continuación:

Es el producto más diferenciado que tiene Granada respecto a otras ciudades andaluzas y españolas. La revitalización de esta zona se va a ver incrementada mediante el entorno de La Chumbera, que incluye el Centro de Interpretación del Sacromonte y el Museo de la Mujer Gitana, y donde se pueden dedicar —y usted lo sabe muy bien— más fondos para un recurso ligado a la interpretación del entorno y del flamenco.

Hay que ser más ambicioso y apostar de verdad por el turismo en una ciudad con un barrio patrimonio de la humanidad: El Albaicín. No quisiera pensar que podamos perder la catalogación que tiene El Albaicín— y usted lo sabe y está preocupada—, donde podemos crear nuevos atractivos turísticos y apostar por su declaración como zona de interés artesanal, mediante la rehabilitación y equipamiento —que ya está en marcha— de uno de los edificios más emblemáticos: la Casa Morisca de Zafra. O, por ejemplo, pensar en unos proyectos como el Museo de la Guitarra. Usted no puede olvidar, como buena granadina que es, que el Albaicín tiene los mejores *luthiers* de España. Y, para complementar la oferta del Albaicín y la red de espacios expositivos de

la ciudad, estamos recuperando el origen musical de la Casa de las Chirimías.

O bien apostar, señorías, por el nuevo proyecto del Cuarto Real de Santo Domingo, que representa una estructura urbana y edificatoria de primer orden para el patrimonio arquitectónico no solo de Andalucía sino de España. Posibilitaría la visita turística y la creación de un nuevo producto turístico cultural de gran magnitud, y facilitaríamos que esta ciudad aspire a que su centro histórico sea incluido en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, con la incidencia, a nivel internacional que esto representa.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.  
Señora Martín.

#### La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señor Consejero... Perdón, gracias señora Presidenta.

Señor Consejero, empiezo agradeciéndole que por lo menos usted no me haya contestado como contestó a la señora Delegada Provincial de Turismo en los medios de comunicación cuando surgió esta polémica, por lo que parecía que había una comparativa en cuanto a lo que se iba a hacer en la ciudad de Málaga en el entorno de este museo, con lo que se estaba haciendo en el entorno del futuro Museo Centro Lorca, hablando de que el ayuntamiento únicamente lo que quería era confrontar. Nada más lejos de la realidad. La intención que ha tenido este grupo parlamentario al traer esta pregunta es apelando a lo que el propio Alcalde de la ciudad de Granada manifestó públicamente, sobre que usted siempre había tenido una buena disposición con la ciudad de Granada desde un punto de vista turístico. Es cierto que este plan se está ejecutando con el consenso de todos los que participan en esa comisión de seguimiento. A mí por lo menos me han trasladado, salvo que no me hayan dado bien la información, que los empresarios también estaban de acuerdo, aunque esta obra se financiara con cargo al Plan de Excelencia Turística. Pero lo que tampoco es de recibo es que desde la Delegación Provincial de Turismo, pues se diga que el entorno del Museo Pablo Picasso sí, porque requiere una reforma urgente... Es que, mire usted, el plan de turismo no está para hacer reformas urgentes, sino para hacer obras y recuperar productos que realmente signifiquen; que sean importantes, no urgentes. Y aquí, con el plan de turismo, como usted bien ha dicho, se han puesto en valor espacios de la ciudad que estaban realmente muy deteriorados y que eran una reforma urgente y, en otros casos, lo único que se ha hecho es

remodelar y reajustar un espacio que antes no tenía un uso turístico y que ahora sí lo tiene.

Nosotros, únicamente... Lo que se le ha hecho desde el ayuntamiento es una sugerencia de una prioridad para algo que realmente, desde el ayuntamiento, se cree que puede ser positivo, como es reordenar y reajustar esa Plaza de la Romanilla, pero no desde un punto de vista urbano, sino desde un punto de vista turístico, porque consideramos que una vez que esté abierto el nuevo Centro Lorca de la ciudad, por la Plaza de la Romanilla y por ese entorno van a circular un gran número de visitantes que, hasta ahora, por no tener ese valor añadido, ese atractivo que va a ser el futuro Centro García Lorca, pues no es un lugar tan visitado por los turistas como pueda serlo en un futuro.

Y con cargo a las manifestaciones que se dijeron sobre que el ayuntamiento podía haber metido esta obra dentro del plan del fondo estatal, el plan Zapatero, o del PROTEJA; pues ese mismo argumento también puede servir para el Ayuntamiento de Málaga, que tampoco lo ha hecho y, sin embargo, pues desde el plan de turismo, desde la Consejería de Turismo y desde la Junta de Andalucía, sí se ha decidido hacer obras eminentemente de carácter urbano en el entorno del Museo Pablo Picasso.

Esa era la pregunta que queríamos traerle. Porque, desde luego, desde el Ayuntamiento de Granada, pues se considera una prioridad y como tal sugerencia se la hizo el alcalde, que este entorno del Centro Lorca pues también se hiciera y se tratara desde un punto de vista estrictamente turístico, porque así también lo aconsejan los propios arquitectos del plan redactor de ese futuro Centro Lorca.

Muchas gracias.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchísimas gracias, señora Martín.  
Señor Consejero.

#### El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Sí, señoría, yo le voy a hacer una reflexión que usted conoce bien. Datos de 2008. ¿Sabe usted cuál es la estancia media en la Comunidad Autónoma? 8,7 días. ¿Saben ustedes cuál es la estancia media en Granada ciudad? 1,8. Usted lo conoce bien y sabe que el planteamiento continuo, no solo del sector turístico sino también del sector comercial, ha sido que se prolonguen las estancias en la ciudad de Granada.

Nosotros, señoría, hacemos un plan turístico para la ciudad de Granada. Y yo tengo que decir una cosa... Son palabras del Alcalde de Málaga, no son mías; por

lo tanto, es poco sospechoso. Es de su partido. Pero dijo, en el descanso del Málaga-Barcelona —fíjense ustedes que lo situó—: «La provincia de Málaga tiene el 40% de la planta hotelera de Andalucía; pues nunca, en la ciudad de Málaga, nadie ha dicho: ¿Por qué Granada tiene un plan turístico y aquí nunca hemos tenido ninguno?». «La ciudad de Málaga, tiene el doble de habitantes que la ciudad de Granada, y nunca ha dicho nadie en Málaga: ¿Por qué la ciudad de Granada tiene un plan turístico, que está poniendo en marcha, y aquí no hemos tenido ninguno?».

Pues el plan turístico de Málaga ahora se ha aprobado y ahora hay que ponerlo en marcha. ¿Cuál es la diferencia? No... Primero, ¿nosotros hemos actuado sobre el entorno? Pues mire usted, lo del Realejo hacia la Alhambra, ¿qué es?

Le voy a decir una cosa más: hay un dato... Como ustedes conocen muy bien Granada no quisiera equivocarme en la actuación que hemos hecho. La Alcaicería. Bueno, en la Alcaicería había comerciantes de Granada —y usted lo sabe— que no estaban de acuerdo. El Grupo Socialista en el Ayuntamiento de Granada no estaba de acuerdo porque entendía que había otras prioridades. Pero nosotros dijimos: «Hay tres propuestas del alcalde, vamos a aceptarlas». Y le hemos dicho que en la plaza nosotros considerábamos... Fíjese la oferta que hemos... Fíjese que hemos hablado. No lo voy a repetir porque usted lo conoce mejor. Consideramos que eran urgentes estas actuaciones del Sacromonte y del Albaicín como elemento complementario de ocio, antes que arreglar una plaza; que está bien, que yo la visité, el entorno de una plaza, de un centro que no se ha abierto.

Y estamos hablando, en el plan de Málaga... Fue un acuerdo entre el Ayuntamiento de Málaga y yo. Lleva seis años abierto el Museo Picasso, con más de dos millones de visitantes, y el entorno, donde el ayuntamiento quiere unir el Museo Picasso con la casa natal, es imprescindible. Una vez que termine ese entorno, hay que buscar un producto. Pero el mayor producto que tiene ahora mismo, y la mayor deficiencia que tiene ahora mismo Málaga ciudad es el tema cultural. Y la mayor potencia que tienen ustedes es La Alhambra. Y, por lo tanto, ustedes tienen que generar ocio y ahí El Albaicín, El Sacromonte y el Cuarto Real son elementos de urgencia. Y eso es lo que estamos diciendo. No nos rasguemos las vestiduras. Hemos aceptado todo lo que ha dicho el alcalde hasta ahora y le hemos dicho: «Nosotros creemos que hay otras prioridades». Vamos a ponerlas en marcha, vamos a ponerlas en marcha. Vamos a dotar a Granada de elementos alternativos a La Alhambra para prolongar la estancia, señora Martín.

Y yo no creo que porque hayamos dicho que no a una plaza de un entorno, tengamos que decir: «Mire usted, es que usted no está colaborando con el Ayuntamiento de Granada». Pues, mire usted, lamento decir que no

es verdad. Con la misma, diríamos, contundencia, que le dije al Grupo Socialista del Ayuntamiento de Granada, que íbamos a actuar ahí, también tengo la misma contundencia para decirle: «Mire usted, hay otras prioridades, compartámoslas». Nosotros también somos los titulares de Turismo, ponemos el 60%, algo podremos opinar. Y ese es el destino y esa es la historia.

Por tanto, los planes turísticos no son iguales en un sitio que en otro. Lo que necesita Málaga es una oferta cultural. Lo que necesita Granada, desde mi punto de vista, es una oferta de ocio complementaria. Y en eso actuamos, porque, si no, todos serían iguales. Y lo que dijo la delegada es que, hombre, para remodelar una plaza —una vez determinado—, pues, se pueden buscar otros elementos que no sean solo la Consejería de Turismo.

Señora Martín, de verdad que lo he hecho con la convicción profunda de que es mejor para Granada lo que estamos proponiendo. Y créame una cosa: es una ciudad que me encanta. La oferta de que podemos llegar a acuerdo, lo que le he dicho, usted sabe que son palabras mayores. Pero usted, además, sabe mejor que yo, porque ha sido concejal de ese ayuntamiento y de Turismo, y una persona a la que le apasiona el turismo, que en El Albaicín hay que intervenir, que en El Albaicín hay que intervenir. Y usted lo sabe. Y que en El Sacromonte hay que intervenir. Y los hoteleros quieren que la estancia sea más grande, y proporcionaremos más estancia y más grande cuando pongamos en marcha este tema.

Eso es lo que he dicho, señora Martín, con la mejor de las disposiciones, pero bueno, formamos parte de un plan, lleguemos a acuerdo.

Perdón.

#### **8-09/POC-000772. Pregunta oral relativa al plan de promoción y comercialización del turismo de interior y de naturaleza en Málaga**

La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—No, señor Consejero, muchísimas gracias.

Siguiente pregunta con ruego de respuesta oral relativa al Plan de promoción y comercialización del turismo de interior y de naturaleza de Málaga.

Tiene, en este caso, la palabra, su proponente la señora Blanca Mena.

La señora BLANCA MENA

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, según se ha publicado en los medios locales, la Consejería de Turismo, Comercio y

Deporte de la Junta de Andalucía, junto con el Patronato de Turismo de la Diputación de Málaga, han puesto en marcha el Plan de Promoción y Comercialización de Turismo de Interior y Naturaleza de Málaga.

Señor Consejero, ¿en qué consiste este plan? ¿Cuáles son sus objetivos específicos? ¿Cuáles son las actuaciones previstas? ¿Y a cuántos municipios les dará cobertura?

La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Blanca.

Señor Consejero.

El señor ALONSO ALONSO, CONSEJERO DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

—Gracias, señoría.

Como usted bien conoce, el turismo de sol y playa, el de interior y naturaleza, y el cultural, son los tres pilares básicos sobre los que se asienta nuestro destino turístico.

Sin duda, tenemos que dotar de potencialidad y transversalidad a estos tres elementos, y ampliar sus posibilidades como creadores de ofertas de empleo y de riqueza para nuestra Comunidad.

Debemos, por tanto, incrementar la competitividad de todos los subsegmentos y productos que lo constituyen, y hacerlo por la vía de la innovación, la excelencia y la sostenibilidad, como premisas fundamentales de nuestro desarrollo, especialmente en este momento. Porque, hasta hace unos años, eran los grandes operadores turísticos los que decidían qué era un destino y qué formaba parte de su oferta. Pero ahora es el turista, cada vez más informado y exigente, el que decide qué quiere hacer y dónde, y además cuenta con más posibilidades que nunca, oferta y destino, donde fijar su elección.

Por eso es ahora cuando cobra mayor importancia la creación y configuración de productos completos, atractivos y con suficiente valor añadido, para diferenciarnos de los competidores y situar nuestra oferta en la primera línea de decisión de los turistas a la hora de configurar su viaje.

El turismo de interior atrae cada año hasta Andalucía a 4,5 millones de turistas. Junto con el considerado como rural o de naturaleza, supone algo más de la cuarta parte del total de turistas recibidos en Andalucía.

El turismo de interior de Andalucía presenta un reducido efecto estacional: mayor gasto medio diario, 64,71 euros, frente a los 58,66 registrados de media turística. Seis euros mayor el gasto medio diario general.

Genera unos ingresos, en nuestra Comunidad, por un valor aproximado de mil setecientos cincuenta millones de euros anuales.

Es de procedencia, mayoritariamente, nacional, el 67%, de los cuales, un 53% son los propios andaluces.

Preferencia por un alojamiento hotelero, siendo la tipología elegida por el 69% de los turistas de interior de Andalucía.

La oferta de alojamiento interior en nuestra Comunidad está formada por más de mil establecimientos hoteleros, el 43% del total regional, y 50.000 plazas, 21% del total andaluz, que contabilizan seis millones, el 13% del total de pernoctaciones hoteleras anuales en nuestra Comunidad.

En cuanto a su pregunta, el Plan de Promoción y Comercialización del Turismo de Interior de Naturaleza en la provincia de Málaga va a suponer, sin duda, un importante impulso para la definición, gestión y comercialización de los productos turísticos de interior malagueño.

Esta Consejería va a destinar a dicho plan, en 2009, un total de 54.000 euros, que se irá complementando por tres años seguidos que tiene el plan.

Muchas veces, señoría, y usted lo conoce bien, como malagueña que es, hemos hablado de la extraordinaria capacidad de la costa malagueña para atraer turistas, así como de las posibilidades que supone este foco de recepción para el interior de la provincia. Pero con este plan vamos a estar más cerca de conseguir que el beneficio sea recíproco, porque la riqueza natural, cultural, gastronómica o etnográfica de interior es más que un club para la costa; es un producto completo, si se sabe configurar la oferta adecuada para atraer a sus propios visitantes.

Esta Consejería y el Patronato de Turismo de la Costa del Sol acuerdan la colaboración conjunta en la gestión y comercialización de destinos de interior de la provincia de Málaga, originado en la idea de colocar en los canales de comercialización productos de interior, que, por su tamaño y oferta hasta ahora, no han entrado o no están suficientemente introducidos.

Se propone llegar a acuerdos con el mayorista *on line* *muchoviaje.com*, con el objetivo de ofertar el producto de interior, de forma global, a todas las agencias de viaje, ya sean convencionales o vía Internet.

Este proyecto está dirigido, fundamentalmente, a alojamientos y ofertas complementarias del interior de la provincia de Málaga. Sus beneficiarios serán municipios de Málaga y su provincia, establecimientos hoteleros, agencias de viaje, sector de la restauración y ofertas complementaria, y centros [...].

Muchas gracias.

**La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN**

—Perdón.

Muchísimas gracias, señor Consejero.  
Señora Blanca.

**La señora BLANCA MENA**

—Sí.

Señor Consejero, solo tengo que decirle que es una novedosa y gran actuación del Gobierno andaluz, de su Consejería, así como del Patronato de Turismo de la Diputación de Málaga, a través de la cual, como usted bien ha dicho, se aprovechará el gran potencial turístico que tienen estos pueblos de la provincia de Málaga, que, además, hay que tener en cuenta que son pueblos pequeños y, en general, con una economía débil, agravada por la situación de crisis por la que atravesamos, con lo cual se hace aún más importante esta actuación, y tiene una mayor relevancia, suponiendo un importantísimo impulso para la economía de estos municipios, cuyos principales beneficiarios serán, sin duda, fundamentalmente, los ciudadanos y ciudadanas que viven en ellos.

Y, como malagueña que soy, al igual que usted, señor Consejero, le felicito tanto a usted como a la Diputación de Málaga por esta importante iniciativa.

Muchas gracias.

**La señora RÍOS MARTÍNEZ, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN**

—Muchas gracias, señora Blanca Mena.

Hemos terminado con la primera parte de la Comisión. Reiteramos al Consejero y a todo su equipo nuestro agradecimiento, y hacemos un receso.

[Receso.]

**8-08/PNLC-000377. Proposición no de ley relativa a las medidas urgentes y extraordinarias para impulsar el comercio minorista en la provincia de Jaén**

**La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN**

—Señorías, reanudamos los trabajos de la Comisión de Turismo, Comercio y Deporte con una proposición no de ley del Grupo Popular relativa a medidas urgentes y extraordinarias para impulsar el comercio minorista en la provincia de Jaén.

Por el Grupo Popular, tiene la palabra la señora Isac García.

**La señora ISAC GARCÍA**

—Muchas gracias, Presidenta.

En primer lugar, en esta mañana tan prolífica en intervenciones relacionadas y relativas al turismo, yo, cuanto menos, como portavoz de comercio, pues perdóneme la expresión, pero me da un poquito de envidia. Me da envidia porque, siendo, correspondiendo a la misma Consejería, no se derivan los mismos esfuerzos, los mismos presupuestos, tanto en un sector como en otro; que sí voy a decir que contribuyen de forma muy parecida al PIB de nuestra Comunidad, e incluso el sector del comercio contribuye con más puestos de trabajo que el del turismo.

Pero, referido a eso, también me ha parecido intuir, cosa que yo desde aquí quiero totalmente denunciar, tanto por parte del Partido Socialista como del Consejero, me ha parecido una apreciación que, en cualquier caso, quiero que conste en acta de alguna manera, porque sí es verdad que nos han sugerido que seamos buenos vendedores de nuestros productos, que seamos capaces de transmitir los valores intrínsecos de nuestras iniciativas, y de apoyo tanto al turismo como al comercio.

Yo entiendo que eso sería, cuando menos, una deslealtad, tanto con el número de las personas que han podido votar la opción del Partido Popular como, concretamente, con el sector, y, como decía antes, en una mañana cargada intensamente de actividades turísticas, yo no puedo pasar por alto denunciar en esta Comisión la situación en la que se encuentra el comercio minorista en la provincia de Jaén.

Inicialmente, plantear que esta iniciativa ya es antigua, por lo que algunos datos no estarán actualizados con respecto a como actualmente se están produciendo los parámetros que determinan todas las encuestas de población activa y el número de establecimientos. Espero que los diputados entiendan estos datos, y pasaré a relatarles que la situación en la provincia de Jaén, desafortunadamente, es muy lamentable.

La provincia de Jaén, sin ánimo de dramatizar, se encuentra flotando en la cubierta del *Titanic*, donde no hay salvavidas para todos. No es solo el sector del comercio. Sí que es verdad que fue el primero que detectó una bajada significativa en el número de ventas y en la cantidad de empleo destruido, porque, posiblemente por la propia idiosincrasia del sector, detectó primero el endeudamiento de las familias y la bajada y la desconfianza de los consumidores a la hora de adquirir productos.

Jaén adolece también de un sector agrícola, que lo está pasando francamente mal con el tema con el tema del olivar. Qué decir de la industria metal-mecánica de Linares, o la del ladrillo y la cerámica de Bailén, la del mueble de Alcalá la Real...

En definitiva, quiero hacer extensiva esta proposición no de ley, que con lealtad defenderé, relacionada con el comercio; pero sí que no podía pasar por alto la posibilidad de denunciar la situación tan dramática que está padeciendo la provincia de Jaén. Y con esto

no soy menos patriota. Simple y llanamente no venimos aquí a mostrar arcadias felices: venimos simple y llanamente a decir cuál es la realidad socioeconómica de los lugares a los que representamos, con la mayor dignidad con la que podemos hacerlo.

Y ya sí me centro en el sector del comercio, en que, como ustedes conocen perfectamente, la provincia de Jaén representaba más de treinta y cinco mil personas, un 16% del empleo, una contribución a la riqueza de la provincia importante, un número de establecimientos en torno a los quince mil seiscientos, y, explicando lo que es el sector, pues lo configura principalmente un 93% de pequeñas y medianas empresas, con menos de seis trabajadores, por lo que es un sector muy vulnerable, muy necesitado de apoyo y de estructuras que lo pongan en valor.

Es muy importante también la inserción femenina que el sector arropa, y hemos echado también de menos muchas políticas relacionadas con la conciliación de la vida laboral y familiar en este sector.

Señorías, denunciar que, prácticamente en un año, a primeros de... No, prácticamente no, un año concretamente, en el que denunciábamos, a través de una petición de comparecencia, cómo estaba repercutiendo la crisis en el sector del comercio. En aquella comparecencia, el Consejero, con su actitud amable, como es habitual en él, nos transmitía el ímpetu que había que aportar al sector, e incluso nos contaba cómo se había reunido con la Confederación Andaluza de Comercio y habían hecho una planificación de cara a toda la Comunidad Autónoma andaluza con una dotación presupuestaria de más de dos millones y medio de pesetas. Y yo, señorías, quiero decirles que, de toda esa estrategia, de todos aquellos incentivos que nos marcamos, pues prácticamente, señorías, no se ha cumplido nada.

Quiero denunciar que la vaselina está muy bien para algunas enfermedades, pero que, desde luego, esta modesta diputada y el partido al que represento no vamos a seguir permitiendo que se siga olvidando al sector del comercio. Y, en especial, vendría justificada esta proposición no de ley que a priori se planteaba, como ya decía antes, a últimos de año pasado, 2008, venía justificada por la sangría desmesurada del cierre de establecimientos y los puestos de trabajo que se estaba produciendo en la provincia de Jaén, en contraposición con otras provincias. Mientras que la variación que experimentaba el número de establecimientos que abrían y cerraban en Málaga, en Cádiz y en Huelva, que todos arrojaban balances positivos —o sea, me explico: el número de establecimientos que abría era superior al número de establecimientos que cerraban—, en la provincia de Jaén se producía una fractura sangrante: mientras que solo abrían 259 establecimientos, se cerraban más de 629. Esto suponía que, como ya explicábamos antes en la configuración del sector, con más de once mil personas autónomas, suponía que muchos autónomos estaban yendo a

engrosar las listas del paro, con la consecuencia dramática que lleva implícito que un autónomo se quede parado, porque, cuando un autónomo cierra, cierran él y toda su flota. Entonces, queda muy desprotegido socialmente, y veíamos que el sector servicios, que aglutinaba más de un tercio, todos los parados que se estaban produciendo en la provincia de Jaén, cuando menos, adolecía de aquellas medidas que hubieran sido urgentes en su momento.

Ya solo nos queda ponernos las pilas, trabajar muy rápido, aprobar esta iniciativa que, modestamente, se presentaba, no con la crueldad que se podría haber presentado hoy, y desde este momento empezar a trabajar con ahínco por el sector ya de Jaén y de toda Andalucía, porque, como decía antes, si bien es verdad que Jaén es de las más pobres de Andalucía, adoleció la primera, y ya el índice de paro, en torno a un 10%, en todo el sector del comercio, nos sitúa, comparativamente, igual en toda Andalucía. No así, como decía antes, en el número de establecimientos que han cerrado, lo que pone de manifiesto que son mucho más modestas las empresas en Jaén con menos trabajadores, porque de otra manera no nos saldrían las cuentas.

Como decía antes, ya no vale el conformismo, la decepción por parte de los comerciantes de la provincia es total y absoluta, el Gobierno ha perdido totalmente su credibilidad, y ya estamos esperanzados en que desde distintos sectores, se impulse, sobre todo a la cabeza el Parlamento de Andalucía, su Consejo de Gobierno.

En la proposición no de ley se hace llamamiento a un consenso generalizado por parte de otras administraciones, como podían ser diputaciones, sindicatos, cámaras de comercio, asociaciones de comerciantes, pues, con la idea de sacar o de diseñar una estrategia común que rescate al sector de la situación en la que se encuentra.

Decir también —porque no sería justa si no lo dijera— que, actualmente, el valor..., la administración que más está compitiendo para favorecer..., o para mitigar las consecuencias que la crisis está trayendo en el sector son los ayuntamientos. Al menos, desde la provincia de Jaén son muchos los ayuntamientos que, a través de distintas planificaciones, han hecho, pues, con ferias de saldos, días del comerciante..., han permitido, han levantado la mano en torno a las horas que se podía abrir. Es decir, desde aquí, el agradecimiento profundo a los ayuntamientos de la provincia de Jaén, que están haciendo la única labor que se está detectando y que se está viendo para favorecer al sector del comercio.

Adolece el sector de muchas intervenciones públicas y hubiera sido bueno que, en la planificación inicial que se hacía hace 10 años, cuando se configuraban los centros comerciales abiertos y se dotaba a las asociaciones de comerciantes de los recursos necesarios para empezar a andar..., hubiera sido importante haber transmitido, en esta serie de convocatorias públicas, que aquellos

centros comerciales abiertos que se hacían, sobre todo, en torno a los cascos antiguos y centros comerciales de las ciudades —sobre todo, más importantes, que fueron los primeros que se abrieron en Andalucía—, estuvieran dotados de los aparcamientos necesarios para que la pérdida de clientes sistemática no se hubiera producido de la manera en que se produjo en su momento. Ahora, actualmente, en la actualidad, el gran número de obras que se está acometiendo en las ciudades también está dificultando mucho el progreso del sector.

Muchas gracias, Presidenta, por su benevolencia.

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Isac García.

Tiene ahora la palabra, por el Grupo de Izquierda Unida, el señor Castro Román.

#### El señor CASTRO ROMÁN

—Gracias, señora Presidenta.

Con brevedad, compartiendo parte del diagnóstico que hace la portavoz del Partido Popular y de la consideración —permítanlo que lo diga así— del comercio como el hermano pobre de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, por el peso presupuestario que tiene.

Y, es verdad, todos los comerciantes están teniendo hoy dos problemas fundamentalmente. El primero es que notan una bajada en la venta de sus productos. Es lógico, estamos en una contracción del consumo que está notando el comercio minorista de manera grave, severa. Y la segunda —y fundamental también— es la falta de liquidez. Sabemos que la banca, que ha sido la gran beneficiada de las medidas anticrisis por parte del Estado, no ha soltado ni un céntimo para que haya un activo circulante que permita, entre otras cosas, determinadas operaciones. Hay casos de comercios que han tenido que cerrar no porque no sea viable la actividad comercial, aunque haya bajado, sino porque no pueden afrontar determinados pagos. Estamos hablando, sobre todo, de las letras de valores —es decir, proveedores, etcétera— y eso está haciendo que haya una escabechina, por así decirlo, en el comercio andaluz.

Yo no tengo los datos comparativos, pero me parece que no es lo más adecuado que esta Comisión aborde soluciones para el comercio andaluz desde una sola provincia. Es decir, en la provincia de Málaga eran más de sesenta mil —y digo «eran» porque, desgraciadamente, también lo sufre— los trabajadores y trabajadoras que acogía el pequeño comercio y, qué duda cabe, en todas las provincias en el conjunto de

nuestra Comunidad Autónoma el comercio minorista juega un papel fundamental.

Y aquí les traigo a colación una proposición no de ley presentada por mi Grupo —por Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía—, que fue debatida en esta Comisión y parcialmente aprobada, donde se planteaban medidas muy concretas en apoyo a los pequeños comerciantes. Y eran medidas fiscales en torno a las reducciones, la posibilidad de fragmentación de los impuestos, la no aplicación de intereses de demora en los pagos que tienen que hacer estos a la Administración andaluza. Un sinfín de cuestiones concretas se planteaban en dicha proposición no de ley, que —vuelvo a repetir— fue aprobada parcialmente aquí, en la Comisión de Turismo, y la parte que no pudimos hacerla está puntualmente registrada en la Comisión de Economía y Hacienda —esperemos que se vea en breve—.

Con esto, ¿qué es lo que quiero decir? Pues que, si bien Izquierda Unida estaría dispuesta a apoyar esta proposición no de ley, no deja de ser muy generalista y no concreta ningún tipo de medidas. Es decir, lo dejamos al albur del Consejo de Gobierno, de lo que entienda el Consejo de Gobierno.

Y, por último, yo pediría, para que el voto afirmativo del Grupo de Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía se pueda dar ante esta proposición no de ley, dos enmiendas *in voce*. Y es que, en el punto 1, se eliminara «Jaén y su provincia» y se pusiera «Andalucía» y, en el punto número 2, se dijera «contribuir con políticas de discriminación positiva al sector del comercio en Andalucía». Esas son las dos propuestas que hacemos a la proponente del Grupo Popular, teniendo en cuenta que ya esta Comisión aprobó elementos concretos de apoyo al pequeño comercio, que esperamos que se desarrolle por parte del Consejo de Gobierno, y que estamos pendientes de hacer lo propio en la Comisión de Economía y Hacienda.

Gracias.

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Castro Román.

Tiene ahora la palabra, en nombre del Grupo Socialista, la señora Ríos Martínez.

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ

—Muchas gracias, señora Presidenta. Señorías. Señora Isac.

Efectivamente, lo decía el señor Castro, es una pena la oportunidad que perdemos esta mañana para poder llegar a un acuerdo sobre una proposición no de ley que apoye, una vez más, o que apoye más al comercio

minorista para la provincia de Jaén —el señor Castro lo hacía extensivo, a mí no me parece que sea una mala fórmula—, que es la suya, señora Isac, y que es la mía. Pero es que es absolutamente imposible, una vez que hemos estudiado con atención esta proposición no de ley —como suele ser habitual por parte del Grupo Parlamentario Socialista—, y también absolutamente inútil. Créame, señora Isac, que su proposición no de ley..., aprobarla o no es absolutamente inútil.

Los comerciantes pueden estar esta mañana razonablemente tranquilos, o razonablemente optimistas, porque este debate sí que les va a poder llevar a alguna de las conclusiones. Una es que se ratifica, o podemos ratificar... En nombre del Grupo Parlamentario Socialista, que sustenta al Gobierno andaluz —que compartimos planteamientos, lógicamente—, ratificamos el apoyo que la Junta de Andalucía está haciendo a este sector, por su compromiso, por su respaldo abierto, por el trabajo que está haciendo en este sentido.

Y es irrelevante que se apruebe su propuesta o no, y lo decía el señor Castro —no de esta manera, él lo ha dicho en su estilo, con sus palabras—, porque —yo lo digo de esta forma— no dice nada, no profundiza, no da ideas y no habla, por supuesto que no, de medidas concretas. Ahora, eso sí, con frecuencia aparecen en el texto de la propuesta —y, además, usted lo ha hecho en el debate— expresiones como: «fractura sangrante», «fractura insalvable en la convergencia», «siendo especialmente trágica la situación en Jaén». Repite en otro párrafo: «siendo especialmente trágica en el sector del comercio la pérdida del poder adquisitivo, esta descomunal caída, el desplome de la provincia de Jaén». Fíjese, señora Isac, en qué ocupa usted el tiempo, fíjese qué barbaridad todas las propuestas, todo lo que ha dicho y todo lo que propone en su proposición no de ley. Me gustaría que le echara un vistazo, que le echara usted un vistazo ahora más fríamente a lo que ha sido capaz de plasmar en el papel y, sobre todo, lo que no ha sido capaz de poner en el papel.

Y usted ha justificado que la iniciativa no está actualizada, porque —eso sí se lo digo ya— ha dado datos que se ha inventado, que no son verdad, o dice datos la iniciativa que no son verdad. Y usted lo ha justificado porque dice que no está actualizada. Eso es una actitud irresponsable, señora Isac, porque usted podía y debía haberla actualizado antes de traerla a la Comisión.

Se han registrado en nuestra provincia 450 bajas de comerciantes, entre finales de 2007 y principios de 2008 —cosa de la que no nos sentimos satisfechos, ni muchísimo menos—, que, aunque informáticamente estén asignados a esos años, corresponden a cierres productivos entre los años 2000 y 2008. Fíjese usted cómo difieren los datos reales de los datos que usted ha dado o los datos que recoge su proposición no de ley. Por lo tanto, sus cifras no responden, en absoluto, a la realidad.

Y un dato positivo —la prueba de esa realidad de las cifras que usted pone encima de la mesa—: el número de bajas cursadas en 2009, hasta la fecha, han sido de 32 que, contrastada con las altas —que han sido 107—, arrojan todavía un saldo positivo de 75 comercios en el año 2009.

¿Y qué actuaciones se están acometiendo desde la Consejería de Turismo? Muchísimas —y usted lo sabe—, muchísimas actuaciones. Y hemos hablado —lo decía el señor Castro— de algunas de estas medidas concretas en alguna que otra ocasión, y lo seguiremos haciendo, desde luego que sí. Y se ha aprobado..., o se aprobó —como decía el señor Castro— una proposición no de ley parcial.

La Junta, con la puesta en marcha de las distintas actuaciones recogidas en los planes integrales de fomento del comercio, ha venido apostando firmemente por impulsar la competitividad del pequeño comercio e incrementar su productividad. Y, actualmente sabe que se encuentra en vigor el III Plan Integral de Fomento, que tiene un recorrido desde el año 2007 hasta el año 2010 y que su programa de actuación engloba medidas dirigidas a la mejora de la eficiencia en la competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales andaluzas, que para nosotros es absolutamente prioritario.

La puesta en marcha de esas medidas se ha materializado, principalmente, en las distintas líneas de ayudas que se recogen en la orden reguladora de subvenciones de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, orden que actualmente se encuentra, como ustedes sabrán, en un proceso de revisión, de actualización, a fin de garantizar una continua adecuación a las necesidades del sector, algo que creemos que es esencial en estos momentos de dificultad que vivimos.

Concretamente, vamos a seguir apostando y apoyando la renovación y la mejora tecnológica de nuestras pymes. Continuaremos propiciando la apertura de segundos y posteriores puntos de venta, manteniendo los preexistentes, así como la apertura de nuevos centros de grandes establecimientos comerciales.

Nosotros creemos que se apoyará, por lo tanto, en el relevo generacional en la pequeña y mediana empresa comercial y supone una fórmula que garantiza la supervivencia del pequeño comercio familiar. Y eso se va a ver reflejado, próximamente, en ayudas concretas destinadas, a modo de ejemplo, a la realización de estudios de viabilidad técnica y económica del negocio.

Vamos a contribuir a garantizar la seguridad en los comercios, con nuevas ayudas dirigidas a la adquisición e instalación de sistemas de videovigilancia, sistemas antihurto, control de accesos, etcétera.

El apoyo a la franquicia, señora Isac, lo ha dicho el Consejero en más de una ocasión, como una fórmula comercial en auge, también va a constituir o está constituyendo otra de las grandes líneas de actuación.

Continuar apoyando a las pymes comerciales de municipios de ámbito rural.

Otro apartado importantísimo sería la apuesta por el asociacionismo empresarial y el impulso y la creación de centros comerciales abiertos, que sabe usted que constituye otro de los grandes objetivos de este tercer plan.

Y apostamos por los centros comerciales abiertos, por supuesto que sí, porque creemos firmemente su oportunidad. Por eso, desde este convencimiento, el apoyo a los centros comerciales abiertos se va a incrementar. Ese es el compromiso del Consejero, aún más a través de las nuevas líneas de ayudas.

En tercer lugar, podríamos situar la mejora de la ordenación territorial del comercio, que está presente también en este tercer plan. En esta dirección, y en la modalidad de urbanismo comercial, se han destinado o se van a destinar ayudas a los ayuntamientos andaluces para la rehabilitación comercial de sus cascos urbanos.

Por otro lado, no debemos olvidar la importancia, nosotros no lo olvidamos, y hemos debatido sobre ello, que la formación adecuada supone un reto fundamental para mejorar la eficiencia de las pymes, y la cualificación de los recursos humanos, también.

Por último, hay que tener en cuenta la importancia de promover e implantar la cultura de la calidad, y hay un compromiso claro: aumentar la ayuda destinada a sufragar los gastos derivados de la implantación y posterior renovación de la certificación de calidad, que sería una propuesta absolutamente coherente, así como otras necesarias para la obtención de dicha certificación.

Y sabe, en la línea de alcanzar una efectiva cooperación de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, que los empresarios del sector comercial y los agentes sociales, junto con la Consejería, o desde la Consejería, se están arbitrando medidas que posibiliten esa compatibilidad entre, por un lado, la modernización del sector y, por otro, el uso racional del equilibrio de los espacios urbanos.

Como marco de actuación más propicio, la forma de convenio de colaboración. [...] la Dirección General de Comercio en la Junta y los representantes del sector. Concretamente, usted sabe que, en agosto del año 2008, se procedía a la firma de un convenio-marco de colaboración entre la Consejería de Turismo y la CECA para la implantación de medidas para el aumento de la productividad del pequeño comercio y el fomento del comercio ciudad, que va a permitir una efectiva cooperación, de modo integral y coordinado, entre las miles de empresas de comercio de Andalucía.

Recogían muchísimos programas que no les voy a repetir ahora, pero que lo conocimos en profundidad en su momento. En esa misma línea de colaboración, se encuentra actualmente en tramitación un convenio de colaboración entre la Consejería y la Confederación de

Empresarios de Andalucía. Así mismo, la Consejería se encuentra interesada en la realización de todas aquellas actuaciones públicas o privadas que faciliten, en el ámbito de sus competencias, la ejecución de las medidas consensuadas con los agentes sociales en el VI Acuerdo de Concertación Social, conscientes de que todo ello va a repercutir favorablemente también en este sector. Y un elemento que ponía el señor Castro encima de la mesa, ante el escenario de la restricción generalizada del crédito, provocada por el agravamiento de la crisis financiera internacional, la Junta de Andalucía, yo creo que en una respuesta lógica y coordinada con los socios de la Unión Europea, ha puesto en marcha, en el presupuesto de la Comunidad Autónoma, de forma novedosa para el año 2009, un instrumento de apoyo a los sectores productivos.

Estas actuaciones están operativas desde mayo del año 2009, fecha a partir de la cual está abierto de forma continuada el plazo de presentación de solicitudes para el acceso a todos los instrumentos financieros...

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Señora Ríos, cuando usted...

#### La señora RÍOS MARTÍNEZ

—Acabo en un momento, señora Presidenta.

... regulables en el fondo y hasta agotar la disponibilidad de los recursos.

Con toda seriedad, señora Isac, creo que el compromiso de la Junta de Andalucía y del Grupo Parlamentario Socialista con el comercio minorista en Jaén y en Andalucía es claro. Se está haciendo un trabajo solvente y es reconocido, señora Isac, por todo el sector. Y un trabajo incansable, también, para el resto de Andalucía.

Acabo recordándole que ha tenido usted un lapsus, porque al final ha puesto en positivo, casi al final, sin darse cuenta, defendiendo la labor de los ayuntamientos, diciendo que han hecho un trabajo magnífico. Yo estoy de acuerdo con usted, pero le recordaré, señora Isac, que ha tenido un lapsus porque la mayoría, la inmensa mayoría de los ayuntamientos de la provincia de Jaén, son del Partido Socialista. Por lo tanto, estoy de acuerdo con usted en que los ayuntamientos han hecho un trabajo magnífico; pero no porque estemos en el Parlamento de Andalucía usted puede reconocer el trabajo de los ayuntamientos, y no el de la Junta de Andalucía. Es decir, no porque toque hoy. Es decir, han hecho un trabajo magnífico, lo han hecho los dos. Y, desde luego, ha hecho un trabajo magnífico el Ayuntamiento de Linares, del que usted es Concejal, como bien sabe.

Así que, señora Isac, un consejo: tome mejor esa estrategia de trabajar en positivo y valorar positivamente lo que hacen los ayuntamientos o la Junta de Andalucía y deje de trabajar de la manera que lo ha hecho en su proposición no de ley.

Muchas gracias.

#### La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Ríos Martínez.

Antes de intervenir la portavoz del Grupo Parlamentario Popular, quisiera saber si los portavoces admiten a trámite las dos enmiendas *in voce* de Izquierda Unida.

Tiene la palabra, entonces, la señora Isac García.

#### La señora ISAC GARCÍA

—Gracias, Presidenta.

He dejado de contar, cuando la señora Ríos llevaba veinte, ya he dejado de contar: «Se va..., se va..., se va..., se está..., se está..., se estará..., se hará...». Señora Ríos, por favor, por favor, llevamos ya, el sector del comercio lleva ya más de tres años detectando y sufriendo en sus propias carnes las consecuencias de la crisis. Ya no valen más argumentos del tipo «se va..., se va..., se va...». Usted ha tenido la oportunidad de oírle al Partido Popular, a través de esta portavoz, en un montón de ocasiones, el apoyo con el que contaban la Consejería y el Consejero cuando aquí se plantearon, por ejemplo, acciones y convenios con la CECA. Aquí se dijo que para adelante. Pero, desde que se firmó el convenio con la CECA, ya han pasado trece meses. La primera medida que se aprobó, por unanimidad de todos los grupos, según muy bien ha matizado el portavoz del Izquierda Unida, fue una campaña institucional de publicidad y consenso en toda Andalucía. Ustedes la han oído, porque yo no. Y, cuando no se cumplen las cosas, nosotros, cuando menos, tendremos que ir diciendo que no se están cumpliendo los objetivos y los acuerdos a los que llegamos al Parlamento.

No me da ningún pudor, señora Ríos, decir que los ayuntamientos de todos los signos políticos son la única Administración que se está volcando decididamente, en aproximadamente ocho o nueve meses, con el sector del comercio, porque la Consejería, en época de crisis, está utilizando los mismos métodos y las mismas medidas que se utilizaban en épocas boyantes.

A mí no me vale la proposición no de ley, que es genérica, con todas sus consecuencias, que hacía un llamamiento al consenso, a buscar los cauces de participación de todo el sector, con representación, con intereses en el sector, para consensuar medidas de carácter urgente.

No somos nosotros, posiblemente, los que tengamos que decirle al sector qué es lo que tiene que hacer: son los propios empresarios; los autónomos, que se están quedando sin trabajo; los trabajadores, que están perdiendo sus puestos de trabajo, son los que tienen que decir cuáles son las medidas más urgentes para intentar paliar las deficiencias con las que cuenta el sector.

¿Que han proliferado los centros comerciales abiertos? Naturalmente. ¿Que se ha fomentado el asociacionismo? Naturalmente. Faltaría menos, a un sector tan importante y tan constructivo en nuestra Comunidad Autónoma andaluza.

Como yo dije, como dije al principio, casi tan equiparable, en comparación con la riqueza y los puestos de trabajo, como el turismo. Y esto no es complejo de inferioridad: es reivindicar lo que en justicia le pertenece al sector.

Es muy fácil, señorías, decir que sí a esta proposición no de ley porque, como decíamos, era genérica, era animando al consenso, animando a la planificación real y veraz, y hacer un seguimiento a esa planificación, y ustedes, bajo sus conciencias, determinarán qué es lo que es mejor o lo que es peor. Cuando menos, esta diputada y el grupo parlamentario al que representa se sentían en la obligación de traer iniciativas que trajeran a colación la situación tan grave que está soportando el sector, con la consiguiente pérdida tanto de ventas como de puestos de trabajo.

Y poco más decir. El sector, señora Ríos, no ha dado ni un solo —por lo menos yo no lo he oído— beneplácito, que yo sepa, a las políticas de las consejerías en materia de comercio. Si usted lo tiene, por favor, hágamelo llegar, porque, en cualquier caso, crea que me reconfortaría que, en algún lugar, alguna determinada institución tenga datos positivos que nos lleven, cuando menos, a mitigar este —permítanme la expresión— sufrimiento que genera ver cómo tantos pequeños comercios, tantos autónomos, solo reconocen en su Gobierno una subida de impuestos que va a quebrantar aún más sus economías, y no el apoyo que está demandando desde hace ya, por desgracia, demasiado tiempo.

Muchas gracias, señoría, por su atención.

La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias.

Señora Isac García, tiene usted que manifestarse sobre si acepta o no la enmienda.

La señora ISAC GARCÍA

—Perdón.

Claro, en un principio, como decía antes, se presentaba la proposición no de ley, porque es verdad que se producía una fractura importante con respecto a la provincia de Jaén. La señora Ríos tiene que revisar sus datos, porque yo tengo la respuesta parlamentaria aquí, que ahora después se la enseñaré. Y por supuesto que acepto que ya se dé traslado a toda Andalucía.

La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Sí.

¿En cuanto a la enmienda?

La señora ISAC GARCÍA

—Sí, sí.

La señora CARRILLO PÉREZ, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

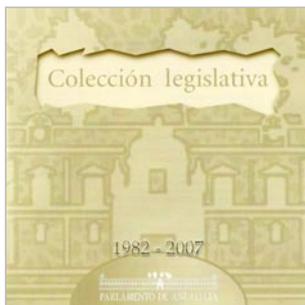
—Sí la acepta.

Entonces pasamos a la votación de esta proposición no de ley.

Se inicia la votación.

*El resultado de la votación es el siguiente: ha sido rechazada, al haber obtenido 8 votos a favor, 9 votos en contra, ninguna abstención.*

Se levanta la sesión.



## SERVICIO DE PUBLICACIONES OFICIALES

### INFORMACIÓN Y PEDIDOS

**Edición, diseño y composición:**

Servicio de Publicaciones Oficiales

**Información:**

Servicio de Publicaciones Oficiales

**Pedidos:**

Servicio de Gestión Económica  
c/ San Juan de Ribera s/n  
41009-Sevilla

**Teléfono:**

(34) 954 59 21 00

**Dirección web:**

<http://www.parlamentodeandalucia.es>

**Correo electrónico:**

[publicacionesoficiales@parlamentodeandalucia.es](mailto:publicacionesoficiales@parlamentodeandalucia.es)  
[diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es](mailto:diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es)  
[boletinoficial@parlamentodeandalucia.es](mailto:boletinoficial@parlamentodeandalucia.es)



### PRECIOS

**CD-ROM O DVD**

Colección legislativa	7,21 €
Publicaciones oficiales	7,21 €



© Parlamento de Andalucía

