

# DIARIO DE SESIONES D S P A

## DIARIO DE SESIONES



## PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

### COMISIONES



Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

**Presidencia: Ilma. Sra. Dña. María Carmen Pérez Rodríguez**

Sesión celebrada el miércoles, 16 de octubre de 2013

### ORDEN DEL DÍA

#### COMPARENCIAS

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 9-13/APC-000304. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a fin de evaluar las acciones en materia de turismo gastronómico andaluz, presentada por el G.P. Popular Andaluz.
- 9-13/APC-000407. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre las acciones de promoción del turismo gastronómico en Andalucía, presentada por los Ilmos. Sres. D. Francisco José Álvarez de la Chica, D. José Muñoz Sánchez, Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno, D. Francisco Vallejo Serrano, Dña. Clara Eugenia Aguilera García y Dña. María Colón Lozano, del G.P. Socialista.

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 9-13/APC-000387. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a petición propia, a fin de exponer el balance y resultados turísticos de la campaña de verano en Andalucía.
- 9-13/APC-000404. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre el balance y resultados turísticos de la campaña estival en Andalucía, presentada

por los Ilmos. Sres. D. Francisco José Álvarez de la Chica, D. José Muñoz Sánchez, Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno, D. Manuel Recio Menéndez, Dña. María Colón Lozano y Dña. María Teresa Jiménez Vílchez, del G.P. Socialista.

## PREGUNTAS ORALES

9-13/POC-000579. Pregunta oral relativa a La Consejería Responde, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

9-13/POC-000602. Pregunta oral relativa a la nueva campaña de publicidad del destino Andalucía, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Carmen Pérez Rodríguez, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

9-13/POC-000669. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de la ciudad de Málaga, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno y D. José Bernal Gutiérrez, del G.P. Socialista.

9-13/POC-000671. Pregunta oral relativa a la promoción en los mercados europeos, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno y D. Francisco Vallejo Serrano, del G.P. Socialista.

9-13/POC-000673. Pregunta oral relativa al turismo joven, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno y Dña. Clara Eugenia Aguilera García, del G.P. Socialista.

9-13/POC-000675. Pregunta oral relativa a los premios Andalucía de Comercio Interior, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno y Dña. María Colón Lozano, del G.P. Socialista.

9-13/POC-000712. Pregunta oral relativa a la temporada de esquí Sierra Nevada 2013-2014, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María Eva Martín Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

9-13/POC-000726. Pregunta oral relativa a la iniciativa de turismo sostenible Mina Visitable, de Linares, formulada por la Ilma. Sra. Dña. Ángeles Isac García, del G.P. Popular Andaluz.

9-13/POC-000730. Pregunta oral relativa a los vuelos en el aeropuerto de San Pablo, Sevilla, formulada por el Ilmo. Sr. D. Jaime Raynaud Soto, del G.P. Popular Andaluz.

9-13/POC-000743. Pregunta oral relativa a los premios Turismo Andalucía 2013, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

## PROPOSICIONES NO DE LEY

9-12/PNLC-000085. Proposición no de ley relativa a la adaptación de establecimientos y entornos turísticos a las personas con discapacidad, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

---

9-13/PNLC-000188. Proposición no de ley relativa al reconocimiento de la talasoterapia como segmento específico dentro del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía y fomento de la implantación de la talasoterapia en Andalucía, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

9-13/PNLC-000281. Proposición no de ley relativa a la aprobación de un plan turístico para la ciudad de Almería, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

---

## SUMARIO

Se abre la sesión a las once horas, diecinueve minutos del día dieciséis de octubre de dos mil trece.

### COMPARECENCIAS

9-13/APC-000304 y 9-13/APC-000407. Comparecencias del consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre las acciones en materia de turismo gastronómico en Andalucía (pág.9 ).

Intervienen:

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

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

D. Manuel Carmona Jiménez, del G.P. Socialista.

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

9-13/APC-000387 y 9-13/APC-000404. Comparecencias del consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre el balance y resultados turísticos de la campaña de verano en Andalucía (pág. 25).

Intervienen:

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

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

Dña. Antonia Jesús Moro Cárdeno, del G.P. Socialista.

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

### PREGUNTAS ORALES

9-13/POC-000579. Pregunta oral relativa a La Consejería Responde (pág. 41).

Intervienen:

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

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000602. Pregunta oral relativa a la nueva campaña de publicidad del destino Andalucía (pág. 44).

Intervienen:

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

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

---

9-13/POC-000669. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de la ciudad de Málaga (pág. 47).

Intervienen:

D. José Bernal Gutiérrez, del G.P. Socialista.

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000671. Pregunta oral relativa a la promoción en los mercados europeos (pág. 50).

Intervienen:

D. Francisco Vallejo Serrano, del G.P. Socialista.

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000673. Pregunta oral relativa al turismo joven (pág. 54).

Intervienen:

Dña. Clara Eugenia Aguilera García, del G.P. Socialista.

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000675. Pregunta oral relativa a los premios Andalucía de Comercio Interior (pág. 58).

Interviene:

Dña. María Colón Lozano, del G.P. Socialista.

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000712. Pregunta oral relativa a la temporada de esquí Sierra Nevada 2013-2014 (pág. 61).

Intervienen:

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

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000726. Pregunta oral relativa a la iniciativa de turismo sostenible Mina Visitable, de Linares (pág. 66).

Intervienen:

Dña. Ángeles Isac García, del G.P. Popular Andaluz.

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000730. Pregunta oral relativa a los vuelos en el aeropuerto de San Pablo, Sevilla (pág. 71).

Intervienen:

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

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

9-13/POC-000743. Pregunta oral relativa a los premios Turismo Andalucía 2013 (pág. 77).

Intervienen:

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

D. Rafael Rodríguez Bermúdez, consejero de Turismo y Comercio.

### PROPOSICIONES NO DE LEY

9-12/PNLC-000085. Proposición no de ley relativa a la adaptación de establecimientos y entornos turísticos a las personas con discapacidad (pág. 80).

Intervienen:

D. Rafael Vicente Valero Rodríguez, del G.P. Popular Andaluz.

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

Dña. Clara Eugenia Aguilera García, del G.P. Socialista.

*Votación de los puntos 1, 2 y 4: rechazados por 7 votos a favor, 8 votos en contra, ninguna abstención.*

*Votación del punto 3: aprobado por unanimidad.*

9-13/PNLC-000188. Proposición no de ley relativa al reconocimiento de la talasoterapia como segmento específico dentro del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía y fomento de la implantación de la talasoterapia en Andalucía (pág. 90).

Intervienen:

Dña. María Teresa Ruiz-Sillero Bernal, del G.P. Popular Andaluz.

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

Dña. María Colón Lozano, del G.P. Socialista.

*Votación: rechazada por 7 votos a favor, 8 votos en contra, ninguna abstención.*

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

9-13/PNLC-000281. Proposición no de ley relativa a la aprobación de un plan turístico para la ciudad de Almería (pág. 97).

Intervienen:

Dña. Rosalía Martín Escobar, del G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

D. Manuel Recio Menéndez, del G.P. Socialista.

Dña. Rosalía Ángeles Espinosa López, del G.P. Popular Andaluz.

*Votación: aprobada por unanimidad.*

Se levanta la sesión a las dieciséis horas, veinticuatro minutos del día dieciséis de octubre de dos mil trece.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Buenos días, señorías. Buenos días, señor consejero.

Iniciamos la sesión hoy respecto a la Comisión de Turismo y Comercio. Como bien sabéis tenemos una comisión con un orden del día bastante amplio, por tanto, tendremos que ir ciñéndonos bien a los tiempos pues para que todos tengamos nuestra intervención y los tiempos que nos correspondan, pero siempre agradeciendo quien acorte un poquito, por el orden del día que hemos elaborado, en aras de que nadie viera mermadas sus posibilidades de controlar al Gobierno y de hacer las preguntas y las iniciativas que creyera oportunas, como viene siendo una costumbre en esta comisión.

Sí me gustaría antes de empezar darle la bienvenida a la nueva portavoz del Partido Socialista, Antonia Moro, desearle buen trabajo, igual que al resto de compañeros que se incorporen nuevos en esta comisión pues también darles la bienvenida y desearles también que sea grato el trabajo y grata la compañía. Y también a los compañeros que ya no están pues desearles suerte en la comisión que les haya correspondido.

Por tanto, sin más dilaciones, le doy la palabra a la vicepresidenta para que ella dirija el debate, porque yo tengo que pasar a la bancada porque formo parte del mismo, ¿vale?

Venga, pues muchas gracias.

---

## 9-13/APC-000304 y 9-13/APC-000407. Comparecencias del consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre las acciones en materia de turismo gastronómico en Andalucía

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, presidenta.

Buenos días, señoras y señores diputados.

Abordamos la Comisión de Turismo y Comercio con el primer punto del orden del día, que es debate agrupado de una comparecencia: solicitud de comparecencia del excelentísimo señor consejero de Turismo y Comercio ante la Comisión de Turismo y Comercio, a fin de evaluar las acciones en materia de turismo gastronómico andaluz.

Para el inicio del debate de esta comparecencia le damos la palabra al señor consejero.

Señoría, tiene usted la palabra.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

Es un placer el comparecer ante todos ustedes en esta nueva etapa parlamentaria, una vez resueltos los diferentes avatares a los que hemos asistido en los últimos meses, e iniciar esta relación con la comisión en un tema importante para Andalucía como es el turismo gastronómico.

Antes de evaluar e informar sobre las acciones que desde la consejería se están desarrollando en torno a este segmento turístico, quisiera trasladarles unas pequeñas pinceladas que lo definen.

El turismo gastronómico, como segmento, constituye una motivación para el turista que profundiza en la calidad del destino turístico de Andalucía. Es suficientemente conocida la riqueza de nuestras huertas, de nuestro campo, de nuestro mar, por lo que el turismo gastronómico supone un segmento de gran potencialidad para nuestra comunidad, así como con posibilidades ilimitadas para establecer sinergias con otros segmentos. El disfrute y conocimiento de la gastronomía local, ampliamente entendida, constituye uno de los mayores reclamos para el viajero, ya que a través de esta le ofrece la posibilidad de conocer el territorio que visita, interpretar sus paisajes, acercarse a sus valores y tradiciones.

Constituye tanto una oferta en sí misma como una perfecta oferta complementaria. No se limita para su disfrute a los meses de verano y toma como protagonista en gran parte a los pueblos de interior y del litoral de Andalucía. Por ello, apostar por el turismo gastronómico, como elemento dinamizador y de reinención de los diferentes espacios turísticos de Andalucía, favorece la redistribución espacial y temporal de la actividad turística y a su vez fideliza al visitante con el destino. Quien prueba nuestra gastronomía repite. Igualmente, en base a lo anterior, favorece la regeneración de las áreas productoras locales como fuente de materia prima y recursos de primerísima calidad. Es un elemento fundamental a la hora de generar economía de escala y a la hora de servir como factor de arrastre de otros sectores productivos de nuestra tierra.

Desde la Consejería de Turismo y Comercio lo hemos tenido claro desde el primer momento, y más aún si cabe porque datos contundentes confirman la necesidad de apostar por este segmento, ya que, según las

últimas cifras de que disponemos en Andalucía por parte de nuestra consejería, de la Consejería de Turismo y Comercio, la gastronomía como motivación atrae hacia Andalucía como destino turístico a unos seiscientos cincuenta mil turistas al año, que tienen un gasto medio diario de 104 euros. Por lo tanto, estamos hablando de un segmento con una dimensión económica muy importante en nuestra tierra.

En lo concreto, y respondiendo al interés de sus señorías, hemos llevado a cabo acciones decididas a elaborar productos turísticos vinculados a la gastronomía y a promocionar la gastronomía como destino y como reclamo al viajero. Respecto a lo primero, recuerdo que el equipo que forma la Consejería de Turismo y Comercio en esta IX legislatura ha tomado como seña de identidad propia la creación de espacios de diálogo y de encuentro con el sector turístico, base para la necesaria colaboración público-público y público-privada, tanto para la creación de productos turísticos como para la promoción.

De ahí que las acciones destinadas a crear productos vinculados al turismo gastronómico comenzaron a materializarse el pasado 22 de noviembre de 2012 en Torremolinos, durante la celebración de la Conferencia Estratégica del Turismo, evento que aglutinó a los distintos representantes públicos y privados del sector en Andalucía. En este encuentro abierto al debate y a la participación se generaron múltiples mesas de trabajo sectorizadas, estando una de ellas orientada de forma específica al turismo gastronómico y al entramado productivo que lo rodea. El objetivo principal perseguido mediante esta dinámica fue el de llevar a cabo una primera toma de contacto con todos los agentes cercanos a la gastronomía andaluza, a fin de realizar un primer diagnóstico de situación que contribuyese al posterior desarrollo de actuaciones y proyectos previamente debatidos y consensuados con el sector.

En este sentido, una de las principales propuestas obtenidas en este evento fue la relacionada con la articulación, impulso y mejora de las rutas gastronómicas de Andalucía. Se demandó la puesta en marcha de mecanismos que posibilitaran el desarrollo de rutas e itinerarios gastronómicos de calidad articulados desde los territorios. Y esta consejería, a partir de este encuentro, de esta conferencia estratégica, lo puso en marcha con las jornadas técnicas Andalucía Paisajes con Sabor que tuvieron lugar el pasado 13 de marzo en el Hotel Escuela Convento Santo Domingo de Archidona. En este encuentro se creó el espacio de diálogo necesario para iniciar el impulso y desarrollo de rutas y productos turísticos gastronómicos, involucrando a todos aquellos agentes que desde un punto de vista multidisciplinar inciden y trabajan en los distintos territorios de Andalucía. Además, se hizo hincapié en la necesidad de incorporar criterios de calidad en el diseño de estos productos, dando relevancia a aspectos como la integración de productores agrícolas locales y a las sinergias con otros segmentos, como es el caso del turismo industrial.

La implicación por parte de los agentes que dinamizan y representan los distintos territorios es crucial para obtener buenos resultados en este proyecto. De ahí que por parte de la consejería se haya implicado a las distintas delegaciones territoriales para continuar con esta labor de impulso y apoyo al desarrollo de rutas gastronómicas en cada una de las provincias de Andalucía. En Sevilla, Almería, Huelva y Córdoba ya se han celebrado estos encuentros provinciales, hoy mismo se está celebrando el encuentro en Málaga, y antes de finalizar octubre se realizarán los encuentros en las tres provincias restantes de Andalucía.

Esta consejería ha colaborado en la promoción y patrocinio tanto en eventos relacionados con el turismo y la gastronomía, que han requerido de nuestro apoyo, como, por ejemplo, con la Ruta del Jamón Ibérico o la Ruta del Atún de la Almadraba.

Igualmente, anticipo a sus señorías que, dentro del proceso de planificación que estamos desarrollando, fruto del mandato que surgió tras la firma del Pacto Andaluz por el Turismo, el segmento de la gastronomía tendrá un papel fundamental. Estoy hablando tanto del Plan General de Turismo Sostenible 2014-2020 como del Plan Integral de Fomento del Turismo Interior Sostenible de Andalucía.

Por lo que respecta a la promoción, les informo de que la gastronomía andaluza ha estado, está y estará presente en la mayor parte de las tipologías de actuaciones promocionales desarrollados por turismo andaluz en lo que va de año. Estoy hablando de ferias, donde para la consejería y para Turismo Andaluz la gastronomía juega un papel fundamental en estos eventos. En determinadas ferias, desde los cortadores de jamón o los venenciadores han tenido y tienen una especial relevancia y un especial peso en el esfuerzo promocional. De esta manera, tanto los profesionales como los consumidores finales de todo el mundo pueden conocer —ese es nuestro objetivo— la oferta gastronómica andaluza presente, por lo tanto, en las ferias que se están desarrollando o se han desarrollado.

En las misiones comerciales también se desarrolla un papel importante en ese aspecto, realizándose en ellas una presentación del destino de Andalucía, acompañando de una cena, basada en productos gastronómicos andaluces, haciendo por lo tanto un esfuerzo importante en materia de promoción de estos productos. Estas misiones comerciales se realizan tanto en España como en los principales mercados emisores.

En acciones inversas, la más importante desde un punto de vista cuantitativo, dentro del Plan de Acción 2013, de promoción turística, con alrededor de 150 acciones promocionales anuales, dentro de este plan de acción, y en el marco de estas acciones inversas, en ellas los periodistas y/o intermediarios turísticos que visitan a Andalucía tienen la oportunidad de conocer también la gastronomía de nuestra región.

Y por último, en las campañas de comunicación *off line* como *on line*, así como a través de las redes sociales y en la web de promoción Andalucía.org, a través de campañas específicas, como complemento principal... y como principal motivación del viaje, también se ha realizado un esfuerzo importante en situar la oferta gastronómica y el turismo gastronómico como reclamo básico y como elemento importante de la oferta turística.

Por tanto, señorías, tanto en la elaboración de productos como en la promoción, evalúo en positivo el trabajo que se está realizando por parte de la consejería en colaboración con todos los sectores implicados.

El Gobierno de Andalucía ha trabajado, trabaja y seguirá trabajando para favorecer la creación y la promoción de todas aquellas rutas que contribuyan a difundir la gastronomía andaluza como recurso turístico de primer orden, haciendo también especial hincapié en la difusión y promoción de las mismas a través de todos los soportes y medios que estén a disposición. Les anuncio que en la World Travel Market de la gastronomía de Andalucía también jugará un papel muy importante. Saben ustedes que se desarrollará la World Travel Market en los primeros días del mes de noviembre.

En definitiva, para finalizar, estamos intentando demostrar con hechos que somos aliados de aquellos que quieren construir de la industria turística andaluza un destino turístico de calidad, que luche contra la estacionalidad, con base en una oferta variada, donde la gastronomía, sin lugar a dudas, tiene, ha tenido y debe tener un papel fundamental.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

A continuación, como esta comparecencia es... —les pido disculpas, porque dije que era a petición del Gobierno— a petición del Grupo Parlamentario Socialista y Grupo Parlamentario Popular, tomarán la palabra los distintos portavoces desde menor a mayor. Y también incidir, aclararles que, si así lo desean tanto el Grupo Socialista como el Grupo Popular, tienen derecho a una réplica de cinco minutos, porque así lo acordó la Mesa de la Comisión.

Dicho esto, le doy la palabra a la portavoz de Izquierda Unida, a la señora Pérez.

Tiene su señoría la palabra.

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Muchas gracias, presidenta.

De nuevo, buenos días a todos y a todas. Buenos días, consejero.

Señor consejero, nuestra gastronomía constituye una oferta en sí misma a lo largo y ancho de toda Andalucía, y además es también una completa y perfecta oferta complementaria. Estoy completamente convencida de que crea fidelidad entre los turistas que nos visitan, ya seamos andaluces, nacionales o extranjeros, por nuestra riqueza, por nuestra variedad, por nuestra rica dieta mediterránea y, por qué no, también rica dieta atlántica, por nuestros productos, nuestras comidas elaboradas, por nuestros propios productos de denominación de origen, como puede ser el aceite, el jamón, el vino y un largo etcétera.

Además, favorece la desestacionalidad, lo que conlleva a la redistribución no solo temporal, sino también espacial de toda oferta turística. Y, sin lugar a dudas, contribuye a una regeneración económica de las áreas productoras locales, promocionando de esta manera todos los productos artesanos del territorio, evitando un exilio poblacional y, además, facilitando, por tanto, el asentamiento local.

La gastronomía como reclamo turístico se ha visto desarrollada a través de programas por parte de la Consejería de Turismo y Comercio y, sobre todo, a través del impulso y de la mejora con respecto a las rutas gastronómicas, a través, como bien ha dicho, de las jornadas de «Paisaje con Sabor», que se celebraron el pasado mes de marzo en Archidona, precisamente en la Escuela de Santo Domingo de la Junta de Andalucía. Y todo ello siempre, consejero, con el diálogo entre todas las partes implicadas y siempre buscando ese consenso tan necesario aún más en estos tiempos de crisis.

La fuerte apuesta que hace la Consejería de Turismo y Comercio por la promoción de la gastronomía andaluza como un segmento turístico se ve reflejado en el nuevo Pacto Andaluz por el Turismo, vinculado al Plan General de Turismo Sostenible, que está previsto para los años 2014-2020, y, cómo no, al Plan Integral del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía.

Es importante que, en el desarrollo del turismo de ferias y congresos, se potencie esta variante de Andalucía, como puede ser la gastronomía, dando a conocer todas y cada una de nuestras variedades culinarias en todo el territorio y dando a conocer, pues, por supuesto, cada una de las especialidades.

Cómo no, es decir, es importante el uso de las nuevas tecnologías en el trabajo de la promoción y de la difusión, haciendo especial hincapié en aquellas rutas que contribuyen a difundir la gastronomía anda-

luza como un recurso turístico de primer nivel, poniendo, sobre todo, todos los medios necesarios al servicio del turista y del viajero.

Las delegaciones territoriales juegan y desempeñan un papel fundamental, porque son conocedoras del territorio y porque cada una de las provincias tiene sus singularidades. Y uniendo las ocho provincias andaluzas, cada una con sus características, como bien he dicho antes, pues posiblemente y seguramente nos hará más rica esa oferta y esa gastronomía.

Teniendo en cuenta los datos que nos ha facilitado, señor consejero, en cuanto al acierto de apostar la consejería por este segmento, como es el turismo de gastronomía, que atrae hacia el destino andaluz a unos 650.000 turistas al año, con un gasto medio diario de 104 euros, estamos hablando en total que revierten en Andalucía de forma directa más de sesenta y siete millones de euros, más lo que pueda revertir de forma indirecta.

Lamentablemente, señor consejero, siempre habrá quien le ponga pegas y siempre habrá quien le busque las tres patas al gato, pero, eso sí, quizás también deberíamos pedirle, en este momento, al Gobierno central que no recorte entre otras partidas —no me voy a extender en esta larga época de las tijeras—, pero, sobre todo, que no recorte en las partidas como son la promoción del turismo, porque flaco favor le hace a Andalucía, flaco favor le hace a nuestra tierra, flaco favor le hace al turismo y, en definitiva, flaco favor le está haciendo a la economía en general.

Por tanto, esta comparecencia también debería ir en aras de que tuviéramos esa iniciativa, por parte de todos los grupos parlamentarios, en cuanto a que nuestra región se ve perjudicada por esos recortes que se hacen en promoción al turismo, especialmente hacia nuestra tierra, que, como bien el consejero dice en cada una de sus intervenciones, no solo es de sol y playa, sino que estamos potenciando el turismo interior y, sobre todo, un turismo sostenible, pues ahora más que nunca esa promoción es necesaria no solo hacia nuestro territorio, sino hacia todo el país y hacia fuera.

Nada más. Muchas gracias, presidenta.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez.

A continuación, toma la palabra la portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, la señora Moro, ¿no? Perdón. El señor Carmona. Disculpe.

### El señor CARMONA JIMÉNEZ

—Gracias, señora presidenta. Gracias, señor consejero.

Unir paisajes con mesa y mantel, unir monumentos, lugares singulares, museos, etcétera, a las respectivas y singulares ofertas gastronómicas, incluyendo nuestros particulares tapeos y productos de origen, es una estrategia que no solo enriquece la oferta turística, sino que abre la puerta a la promoción y divulgación de nuestra riqueza cultural y de nuestras propias señas de identidad.

Porque señas de identidad son el patrimonio arquitectónico, los vestigios de la historia, el patrimonio natural, o la singularidad del territorio, pero también el recetario tradicional. Ese que supo crear con lo que daba

la tierra la alquimia de los sabores de Andalucía, esencia de la cocina mediterránea. Cuando a la hora de hablar de los nuevos sectores con capacidad de crear empleo, ese que tanto necesita nuestra tierra, solemos recurrir al símil minero, refiriéndonos a los nuevos yacimientos de empleo —algunos de ellos de difícil extracción y puesta en valor—. Si nos referimos al turismo gastronómico, y sin dejar el símil, podemos hablar aquí de un yacimiento a plato abierto, accesible, que está a flor de piel y deseando darse.

De entre las distintas definiciones técnicas del concepto de turismo gastronómico, la italiana Magda Antonioli lo define como aquel que busca productos, o procesos de producción, que son exclusivos de una región concreta y por tanto distintivos de esa región. Esos productos o procesos son únicos y están fuertemente influenciados por la historia y la tradición. Y generalmente son considerados lo contrario a la producción en masa.

Esto, que es la definición academicista, la podemos compensar con lo que la calle, a modo de ejemplo, en su proverbial sabiduría y razón, decía hace unos años una chirigota del Carnaval gaditano, a la sazón disfrazada de turista, de guiri, extranjeros, y con media lengüeta, para mejor caracterizarse, cuando decían: «Pida caballa a la carta, que la reparta un crupier. Pruebe la sopa de *marriscón*, con tortillita de *camarronas*. Hay que estar *carajote* para meterse en un McDonald's.»

Señor consejero, decía antes también, señas de identidad, porque nuestra singularidad gastronómica es una seña de identidad, como seña de identidad es nuestro paisaje y nuestro tipismo, aquel al que se asomaron los primeros turistas románticos del siglo XIX, y a tantos otros que les siguieron después buscando en nuestra tierra otra seña de identidad: nuestras costumbres y tradiciones, que también han sido innegables y recurrido reclamo y complemento turístico.

Señas de identidad, pues, nuestra gastronomía, y asociar lugar y sabores como asociar lugar y sonidos. ¿Quién no archiva recuerdos en su mente, clasificándolos por paisajes, por sabores y por sonidos?

Hoy hablamos, consejero, de ruta gastronómica, de turismo gastronómico, tal vez mañana nos tocará hablar también de turismo musical. Y vincular también esa otra manifestación de la seña de identidad, de la sierra de Huelva, que suena a fandango y a jotilla de Aroche, la malagueña, verdiales, o a Granada, con cachuchas, robados y seguidillas.

En esta modalidad de turismo, las almazaras, además, las bodegas, las fábricas de productos alimenticios poseen también un papel primordial, porque encuentran aquí nuevos canales de promoción y de distribución.

El turismo gastronómico, por tanto, es una modalidad emergente, porque el turista busca cada vez más degustar los productos alimenticios típicos de la zona geográfica que visita, conocer su proceso productivo y disfrutar a la vez de ese patrimonio. Y de paso, la potenciación del turismo gastronómico y de las rutas o itinerarios en el entorno rural, promueven nuevas actividades económicas, contribuyendo con ello a mantener y mejorar las condiciones de vida de la población rural. Lo que usted decía antes también, consejero, no lo podemos olvidar, y es muy importante que contribuya también este tipo de turismo a desestacionalizar la oferta.

Por eso, no es nuevo que de forma esporádica vayan surgiendo cada vez más iniciativas en esta dirección, por parte de los distintos agentes del sector y de las administraciones locales, conscientes ya de la importancia de combinar ambos recursos. Las empresas del medio rural y los entes públicos y privados vinculados al desarrollo local, importantísima labor la que vienen desarrollando los grupos de desarrollo local en este ámbito, gestionando y canalizando la oferta de actividades turísticas como rutas guiadas, degustaciones, par-

ticipaciones en labores de cultivo, visitas, etcétera. Y la que se viene realizando, no de ahora, sino de hace bastante tiempo, desde la Junta de Andalucía, apuntando en esa dirección.

El Plan Director de Marketing Turístico 2009-2012 ya posicionaba al turismo gastronómico como un producto de gran relevancia y destacado dentro de la oferta turística andaluza.

El Plan de Calidad Turística de 2012 también habla ya de la creación del club de productos alimentarios. Y no podemos olvidar, con carácter general, esa transversalidad que desde otros departamentos de la Junta de Andalucía, y particularmente de la Consejería de Agricultura, contribuyen también a esta finalidad, particularmente la campaña Andalucía Sabor.

Las motivaciones del turista son cada vez más variadas, resulta artificial encasillarlos en segmentos cerrados, ciertamente, suele tener una motivación central, pero busca también complementar esa motivación buscando qué mejor que nuestra gastronomía.

Como decía antes, ese yacimiento a plato abierto es innegable. Hay un aumento progresivo de consumidores exigentes, como usted ha dicho, en ese dato, por encima de la media del gasto diario de turistas, que buscan y están dispuestos a pagar más por los productos autóctonos, dan gran valor a lo ecológico, la industria del ocio, además que está en continua evolución, exige estos productos innovadores frente al turismo tradicional. Es manifiesto además, por los datos que tenemos, que entorno a nuestros grandes espacios naturales también se aglutinan grandes iniciativas en cuanto al enoturismo, oleoturismo o turismo cinegético gastronómico. Es necesario, consejero, incentivar, seguir fomentando y divulgando toda iniciativa tendente a crear actividades complementarias como rutas, ferias, festivales, que propicien la peregrinación gastronómica por nuestra tierra. Es necesario favorecer que nuestra oferta turística gastronómica tenga esa publicidad adecuada. Las encuestas dicen que todavía a la hora de decidir por venir aquí, las recomendaciones de amigos, en este ámbito, todavía suponen el 50%. Es necesario también un esfuerzo adicional en la progresiva implantación de nuevos sistemas de calidad en el sector y la formación de profesionales de los propios responsables del sector, que son predominantemente jóvenes.

Estamos seguros, consejero, que las iniciativas, como las que nos anuncia y las que se vienen desarrollando, permitirán evitar la dispersión de la oferta, nos permitirán tener un catálogo marco de rutas, de itinerarios y de productos, lo antes posible, y que ese afán, además, en los tiempos que corren, consejero, no es difícil de conseguir por cuanto requiere poco de esfuerzo económico y mucho de evidenciar lo que ya tenemos: la creatividad, la innovación y la imaginación.

Para finalizar, rápidamente, presidenta, y dado que este fin de semana, sin ir más lejos, tenemos la III Feria del Lechón Ibérico, en Cardeña. Es buena ocasión para inspirar las iniciativas que debemos seguir impulsando desde este Parlamento, que dado que la provincia de Córdoba está en la andaluza medianía, es decir, cerca para todos, creo que debería permitirme, señorías, la licencia de invitarles a conocer esa ruta gastronómica que nos lleva a Cardeña, Azuel y Venta del Charco, deleitándose con los magníficos productos de la tierra.

Muchas gracias.

**La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN**

—Muchas gracias, señor Carmona.

Hacemos extensiva la invitación, que lo venía anunciando la emisora de radio viniendo hacia acá, y desde luego una cita entrañable.

Bueno, a continuación, le damos la palabra a la portavoz del Partido Popular, la señora Alarcón Mañas.

Tiene su señoría la palabra.

## La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchísimas gracias.

Y muy buenos días a todos, señorías.

Bueno, pues se puede definir, y ya ha habido alguna definición que ya ha hecho el consejero, el turismo gastronómico como «la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, de los que se ha hablado, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la principal razón para la realización de un viaje». Esa es una definición escrita sobre la gastronomía.

Pero además de su componente cultural, y desestacionalizador, del que se ha hablado, el turismo gastronómico es también un dinamizador socioeconómico para las zonas rurales y costeras y un generador de empresas en torno a la cultura gastronómica en toda nuestra comunidad autónoma.

Sin lugar a dudas, el turismo gastronómico es hoy en día, o tiene, mejor dicho, una demanda creciente y contribuye a generar experiencias únicas para el turista, que busca ya mucho más que una visita de forma pasiva a un determinado lugar. De ahí que la creación de productos turísticos gastronómicos y rutas agroalimentarias esté cobrando cada día más fuerza.

Esta vinculación de la cultura gastronómica al territorio y a nuestra forma de vida cotidiana, la gran diversidad de la oferta culinaria de calidad, y el esfuerzo realizado por numerosos productores y profesionales de hostelería, es lo que ha llevado a la mayoría de las comunidades autónomas a que estén apostando fuertemente por el desarrollo de este tipo de turismo. Asturias, Cataluña y muy especialmente el País Vasco han apostado por el altísimo potencial del turismo en lo gastronómico, asociando la reputación mundial de sus cocineros a la cultura gastronómica, a la calidad de sus materias primas y a la diversidad culinaria de la oferta gastronómica.

Pues bien, esta mañana, el Partido Popular, como proponente de esta comparecencia, quiere poner de manifiesto que Andalucía tiene que convertir esa enorme potencialidad en torno a la gastronomía, a la agroalimentación y a la agroindustria en primer destino turístico gastronómico mundial. Estamos todos de acuerdo con ese objetivo y estamos todos de acuerdo en que se está trabajando desde todas las instituciones en esta dirección. Sin embargo, y en nuestra opinión, y la opinión de gran parte del sector, y de profesionales de la hostelería, no se está haciendo con el suficiente esfuerzo, rotundidad y convencimiento que requiere específicamente la gastronomía en nuestra comunidad autónoma. Es por ello que hoy hemos solicitado esta comparecencia, tras haber pasado ya un año de legislatura y comprobar que, en nuestra opinión, se está dejando escapar o no se está enfocando la estrategia turística desde su consejería y desde la Junta de Andalucía con todo el empeño y todos los recursos, y no me refiero solo a los recursos económicos, se está dejando escapar esta gran oportunidad que nos brinda el turismo gastronómico de convertir cada municipio de Andalucía

en motor de desarrollo económico y que une, además, al productor y al turista consumidor por ese camino que conduce a un destino gastronómico de excelencia y de calidad.

Estaba convencida de que tanto usted como el resto de intervinientes iban a enumerar cada una, pues, de las rutas, festivales, asistencia a ferias, eventos, jornadas. En definitiva, acciones aisladas, acciones que ya se están realizando, y bienvenidas sean, porque se están haciendo. Pero, hoy, yo de lo que quería hablarles aquí es de un plan específico de impulso del turismo gastronómico de Andalucía que, además, aborde toda la legislatura, y, como digo, un plan en exclusiva, no como un punto más dentro de un plan genérico o del pacto por el turismo, sino un plan específico que posicione nuestro destino en este concepto de la gastronomía y que dé más y mejores resultados; que genere más riqueza y más puestos de trabajo; que, a través de los productos turísticos competitivos y de calidad, traiga más turistas, y estos, a su vez, nos dejen más ingresos en sus visitas; que dinamice los municipios de Andalucía, al tiempo que nos sirva también para arraigarnos a nuestro territorio, pueblo a pueblo, comarca a comarca, con nuestra identidad y nuestra cultura. Y todo esto se puede alcanzar a través de la gastronomía y del turismo gastronómico.

Un plan de impulso al turismo gastronómico que sea un referente para todos los agentes implicados, en el cual colabore el sector público y privado turístico y se trabaje transversalmente, y esto lo recalco, transversalmente desde todas las consejerías implicadas, como son la Consejería de Educación, Cultura y Deporte; la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, y, ahora también, la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Es decir, que tiene usted, señor consejero, la ardua tarea de coordinar o que se trabaje transversalmente entre estas cuatro consejerías para impulsar el turismo gastronómico.

Desde aquí le brindo, o le brindamos, nuestro..., todo nuestro apoyo por parte del Partido Popular para que sea usted capaz de liderar y/o coordinar en la Junta de Andalucía la estrategia de posicionar a Andalucía como destino turístico gastronómico mundial. Y toda esa estrategia para que se coordine desde la Consejería de Turismo y Comercio a estas cuatro consejerías implicadas en la puesta en marcha de este plan específico para impulsar el turismo gastronómico en Andalucía.

Le agradezco las explicaciones que nos ha dado anteriormente y también la exposición de los intervinientes de los demás grupos políticos, pero permítanme también que vaya más allá porque hay temas trascendentales que no se han esclarecido suficientemente, o por los que han pasado de puntillas, o ni siquiera han pasado, y son muy importantes para el turismo gastronómico.

Señor consejero, yo quiero saber también cuál es su posición sobre las escuelas públicas de hostelería de Andalucía, cuyos derechos de los profesores, derechos de los alumnos y cursos están completamente paralizados por la nefasta gestión que ha realizado la Junta de Andalucía de las escuelas y consorcios públicos, porque algo tendrá usted que decir al respecto, en un tema de vital importancia para la calidad de la formación de la hostelería andaluza y de los futuros trabajadores y emprendedores del turismo gastronómico. ¿O se va a seguir poniendo de canto en esta terrible situación por la que pasan cerca de trescientos profesores, tres mil alumnos y muchos proveedores que ven coartados sus derechos de cobrar y de formarse? ¿No cree que decir, señor consejero, que no es de su competencia y que el consejero del ramo, como usted ha dicho, pondrá solución a este gravísimo problema es, sencillamente, darles la espalda a los profesores, que llevan casi veinte años enseñando calidad en la formación en hostelería y en la gastronomía? ¿No cree que decir que no es de su competencia es dejar sin expectativas de futuro, ya sea trabajando por cuenta ajena o pro-

pia, a miles de alumnos cuyo grado de inserción supera el 90%? ¿No cree que decir que no es de su competencia es avivar el espectáculo bochornoso de proveedores sin cobrar facturas, que llevan más de un año, de productos de la tierra que han entregado a estas escuelas para que los alumnos se formen mejor y con nuestra materia prima de calidad?

Señor consejero, yo creo que si no es de su competencia, como usted bien ha dicho, por lo menos sí es de su incumbencia. El PP, el Partido Popular le pide en este sentido que se implique al máximo, que pida a sus socios de gobierno que luchen por la formación pública en hostelería, esa que ustedes defienden pero que luego no aplican. Que solucionen inmediatamente el problema que está agravando el futuro turístico gastronómico seriamente. Y, si no, sea usted valiente y pida que le transfieran las competencias de las escuelas de hostelería, y de toda la formación para la hostelería y el turismo, a su consejería, con su correspondiente dotación presupuestaria, ahora que estamos en fase de presupuestos. Estoy convencida de que, desde luego, el señor Alonso estaría encantado de transferirle en este momento esa responsabilidad de las escuelas de hostelería de Andalucía, no sé si usted estaría encantado de recibirlas. Pero, estén en un sitio o en otro esas competencias, arreglen el problema que ustedes mismos han creado y no dejen pasar ni un solo mes más sin pagar a proveedores y sin pagar a profesores y sin cursos a los alumnos. ¿O de esto también les van a echar la culpa a los recortes de Rajoy, como he oído aquí en esta mañana?

Tampoco se nos ha dicho nada sobre esta transversalidad que yo insisto que debe haber entre consejerías, y cuál va ser esa vinculación para la próxima edición de esta transversalidad en Andalucía, la feria de *Andalucía sabor*, porque, aunque la situación económica sea complicada, en toda España y también en Andalucía, desde el Partido Popular no aceptamos y no vamos a quedar impasibles ante lo que consideramos que ha sido un paso atrás este año, esa cuarta edición de *Andalucía sabor*: bajada de stands, bajada de visitantes, reducción del presupuesto para dicha feria bianual y, en definitiva, la minusvaloración, e incluso desprecio, por parte de la Junta, de lo que debería ser una de las ferias de alimentación y gastronomía más importantes del mundo.

Desprecio, por cierto, que ha puesto de manifiesto la propia presidenta de la Junta de Andalucía, la señora Díaz, al no asistir a la inauguración de la feria, siendo la primera presidenta que no asiste a la inauguración de *Andalucía sabor*, cuando sus antecesores, el señor Griñán y el señor Chaves, sí lo hicieron. O incluso su propia ausencia, señor consejero, porque creo que tampoco asistió a dicha feria.

#### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Guarden silencio, por favor.

#### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Como tiene una vinculación directa con el turismo gastronómico, creo que deberíamos haber ido muchas personas de esta comisión, pero, bueno, volviendo al plan específico del impulso al turismo gastronómico andaluz, tampoco nos ha quedado muy claro lo que le pedimos. Si van a elaborar dicho plan específico de impulso al turismo gastronómico, que es lo que hoy hemos venido a proponerle, ¿cuáles van a ser los ob-

jetivos generales y específicos de dicho plan? ¿Qué proyectos gastronómicos actuales y de futuro relevantes van a plantear? ¿Qué productos agroalimentarios y grado de adaptación al turismo de la industria alimentaria quieren alcanzar? ¿Cuál es el mapa del turismo gastronómico de Andalucía...?

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Alarcón, debe de ir concluyendo.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Termino en segundos, enseguida.

¿Cuál es ese mapa del turismo gastronómico de Andalucía, recursos, denominaciones de origen, servicios turísticos, gastronómicos, vinculados a cada comarca? Todos los conocemos, pero no existe dicho mapa. Estudios sobre el perfil de la demanda del turismo gastronómico, competencias y también nuestras deficiencias. En definitiva —y para terminar, señor consejero—, una ardua tarea, pero interesantísima tarea, que usted tiene por delante y para la que, de nuevo, el Partido Popular le brinda la mano y todo el apoyo que merece Andalucía, que merecen tantos andaluces que viven por y para el turismo gastronómico, así como por los turistas que nos visitan, ante ese tremendo potencial que tenemos en Andalucía: la gastronomía.

Muchas gracias. Le espero, como ha dicho el interviniente del Partido Socialista, en la feria del lechón de Cardeña. Y no sé si han podido asistir a la feria del jamón ibérico de Villanueva de Córdoba, que ha finalizado este fin de semana con gran éxito.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

Y a continuación, para responder a los distintos portavoces, le damos la palabra al señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

No puedo asistir a todas las ferias porque no tengo el don de la ubicuidad, y el colesterol también tiene sus límites, pero efectivamente se ha hecho un repaso de la riqueza gastronómica que Andalucía tiene por todos los que han hecho uso de la palabra en nombre de sus respectivos grupos. Y, por lo tanto, me adhiero a todas sus reflexiones, en la medida en que ponen en valor que estamos ante un segmento turístico, el turismo gastronómico, que hace a Andalucía todavía más potente como destino turístico, que hace Andalucía todavía más fuerte como atractivo y que posibilita que Andalucía pueda situarse en el liderazgo turístico en el que en estos momentos está, y que podremos valorar en la siguiente comparecencia.

Por lo tanto, hago mías todas las palabras, y agradezco sus reflexiones, porque coincidimos plenamente a la hora de situar al turismo gastronómico como un sector fundamental y un segmento fundamental de nuestra oferta turística.

Anteriormente dije, en relación a los datos del estudio de la Consejería de Turismo y Comercio, que estamos hablando de 650.000 turistas que vienen a Andalucía especialmente atraídos por su gastronomía, que generan un gasto medio diario en destino —es decir, en Andalucía directamente— de 104 euros por día; que estableciendo una estancia media de seis días significa, aproximadamente, unos cuatrocientos cinco millones de euros.

Por lo tanto, estamos hablando de unas magnitudes económicas importantes, más allá del efecto complementario que tiene a la hora de hacer atractivos a otros segmentos turísticos, a la hora de fidelizar al cliente, a la hora de situar a Andalucía como una oferta absolutamente atractiva. Por lo tanto, para no discutir de aquello con lo que estamos de acuerdo, doy por reproducidas todas sus intervenciones, todas sus reflexiones, diciéndoles que coincidimos plenamente, en relación a estos ámbitos, con la consejería.

Cuando la señora Alarcón hace algunas reflexiones, con las cuales en algunas estamos de acuerdo y coincidimos en su definición, en sus objetivos: en la necesidad de impulsar el turismo gastronómico como segmento turístico importante en Andalucía, a la hora de poner en valor toda la riqueza que en materia gastronómica Andalucía puede ofrecer... En todo eso estamos de acuerdo, estamos trabajando y, por lo tanto, seguiremos estando de acuerdo en el futuro. Lo que sucede, señora Alarcón, es que, cuando se habla de determinados exprofesionales e interlocutores, no sé de cuáles habla usted a la hora de sacar la conclusión de que consideran que no se está haciendo un trabajo adecuado. Porque esos profesionales y esos interlocutores a los que usted se refiere, posiblemente, serán los mismos que han participado con la Conferencia Estratégica de Torremolinos; serán los mismos que participaron en las jornadas Andalucía con Sabor, que se hicieron en el convento de Santo Domingo; serán los mismos que están participando en todas las jornadas provinciales que se han desarrollado, que se están desarrollando y que se van a desarrollar; serán los mismos que están planteando sus propuestas para elaborar las rutas gastronómicas de Andalucía; serán los mismos que están planteando sus propuestas para dinamizar e incentivar el sector agroalimentario y el sector del turismo de estas características en Andalucía. Por lo tanto, son los interlocutores con los que el Gobierno de Andalucía está hablando, supongo. Y esos interlocutores, le puedo decir que están agradeciendo el trabajo que se está desarrollando. Y no solo lo están agradeciendo, sino que están siendo protagonistas del trabajo que se está desarrollando. Porque todas las propuestas que le he trasladado, todas las líneas de trabajo sobre las cuales estamos avanzando, son las propuestas y las líneas de trabajo que el sector nos está trasladando y son las propuestas y las líneas de trabajo que los interlocutores sectoriales nos están trasladando. Por lo tanto, señora Alarcón, no sé exactamente a qué sectores se refiere usted a la hora de sacar las conclusiones que extrae; desde luego, no son los sectores con los cuales se está colaborando, que son todos los más pujantes, todos los más relevantes y todos los más identificados del sector agroalimentario de Andalucía.

Y tengo que decirle también, señora Alarcón, que de momento esos sectores no nos han trasladado la urgencia y la necesidad de hacer un plan específico de turismo gastronómico de nuestra comunidad, sino que lo nos están trasladando es la necesidad de interactuar con otros segmentos turísticos. Lo que nos están trasladando es la necesidad de poner el segmento de esta naturaleza, el segmento del turismo gastronómico, en

relación con el resto de los segmentos turísticos, para hacer más potente y hacer más fuerte la oferta turística de Andalucía. Y como eso es lo que nos están trasladando, en eso es en lo que está trabajando la consejería. Si pasado mañana, los sectores nos trasladan la necesidad de hacer un plan específico del turismo gastronómico, con toda seguridad lo haremos. Lo mismo que estamos haciendo un plan específico del turismo interior, lo mismo que estamos haciendo un plan específico de ferias y congresos, lo mismo que estamos haciendo un plan de calidad, lo mismo que estamos haciendo un plan general de turismo sostenible, etcétera. Pero, hasta ahora, el sector no nos ha trasladado esa urgencia o esa plasmación que su señoría plantea. Sí nos ha trasladado la necesidad de poner en valor el sector del turismo gastronómico, como elemento fundamental para ofertar una imagen completa que sitúe a Andalucía como un destino turístico formidable. Y, en ese sentido, el turismo gastronómico ocupa un sector básico y fundamental que vamos a impulsar, que estamos impulsando y que vamos a seguir impulsando de la mano del sector y con las aportaciones que su señoría considere oportuno trasladar, que serán, como siempre, analizadas y, en la medida de las posibilidades, integradas en los planes de trabajo.

Habla su señoría de una serie de temas, que esta consejería, sinceramente, no es competente. Es que funcionamos así en la Administración y en la vida; cada uno responde de aquello de lo que tiene competencias para responder y de lo que tiene instrumentos para responder. No es un problema de ponerse ni debajo, ni arriba, ni de un lado, ni del otro; es simplemente ser coherente con las atribuciones que en cada ámbito hay que ejercitar. Y el ámbito de turismo y comercio es el que es. Y en nuestro ámbito, tengo que decirle que la escuela de hostelería de Santo Domingo, en el convento de Archidona, está funcionando, tuvimos el curso inaugural el 2 de octubre, hay 135 alumnos funcionando... Pero tengo que decirle más, señoría, si en este momento en Andalucía hay una importante oferta en materia de formación, es porque el Gobierno de Andalucía ha apostado para que exista esa infraestructura potente en materia de formación. Si el Gobierno de Andalucía no hubiera apostado, no existirían las infraestructuras de formación que existen en este momento en Andalucía. Por lo tanto, tenemos una infraestructura importante como consecuencia de una apuesta, y de una apuesta que ha dado resultados. Porque, gracias a esa apuesta, hoy en día la calidad de la oferta gastronómica de Andalucía ha subido enteros con respecto a la de hace quince o veinte años. Y podemos hablar en circunstancias de cierta equiparación con otros destinos turísticos de España, donde de siempre han tenido una oferta gastronómica e incluso identitaria, si su señoría me permite este término.

Por lo tanto, es cierto que hay unos problemas en estos momentos, que, de acuerdo con las afirmaciones realizadas por quien es competente en la materia y por la propia presidenta del Gobierno de Andalucía, se resolverán en el mes de octubre. Eso es lo que he dicho y eso es lo que digo. En función de mis competencias, es lo que puedo decir, y en función de mi responsabilidad; siempre diciendo que es fundamental la calidad de la oferta turística. Y, en ese sentido, el tener profesionales formados, profesionales cualificados, es un elemento absolutamente imprescindible para ser competitivos. Y como en eso estamos de acuerdo, pues, vamos a seguir trabajando para que eso pueda ser una realidad, resolviendo los problemas concretos y puntuales que puedan existir, en la seguridad de que esa línea de trabajo se va a seguir desarrollando.

Y me habla también su señoría de la feria Andalucía con Sabor. Ha estado el viceconsejero de Turismo y Comercio en esta feria, ha estado la directora general de Calidad Turística... Lo digo por parte de la consejería. Yo no creo que mi presencia física le añadiera ningún elemento de proyección ni de sabor a la feria,

sinceramente. No he podido estar porque no he podido estar en función de calendario y de agenda. Pero la consejería ha participado activamente, en lo que es nuestra competencia, en una feria que, les digo —usted lo sabe perfectamente— no organiza esta consejería, sino que esta consejería colabora. Y hemos colaborado y ha estado presente, pues, la amplia dirección de la consejería a todos los efectos. Y hemos realizado todo lo que se nos ha pedido y todo lo que hemos podido en función de nuestras posibilidades.

Por lo tanto, para concluir, la importancia del turismo gastronómico, la importancia que le da esta consejería al turismo gastronómico es tal, señora Alarcón, que aparece como un segmento específico dentro del Plan Director de Promoción Turística 2014-2016, que el viernes se presentará en Málaga una vez que se apruebe, por parte de la Mesa por el Turismo, mañana, en Almería, y al que su señoría, como a todos los actos que organiza la consejería, está invitada, lo mismo que el resto de miembros de esta comisión.

Ese el camino en el que hay que trabajar: coordinar los segmentos, multiplicar las sinergias entre unos segmentos y otros. Eso es lo que hace fuerte y formidable a Andalucía como destino turístico. Y en ese camino en el que vamos a trabajar, lo decía el señor Carmona en su intervención y estoy absolutamente de acuerdo, es un sector ligado a múltiples sectores: de economía local, de generación de riqueza, de vertebración económica, de asentamiento de la población, de reequilibrio territorial... Todos esos elementos están ligados cuando hablamos de turismo gastronómico, de puesta en valor de nuestra producción agroalimentaria, de generar efectos de cadena.

En ese sentido es en el que estamos trabajando, en el que vamos a trabajar y en el que con toda seguridad les agradeceré siempre sus aportaciones y sus propuestas.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Y a continuación, para su segundo turno, toman la palabra los distintos portavoces. En primer lugar, el portavoz del Grupo Socialista, el señor Carmona.

Tiene su señoría la palabra no por más de cinco minutos.

### El señor CARMONA JIMÉNEZ

—Muchas gracias. Gracias, presidenta.

Muy brevemente, para hacer dos breves alusiones y coincidir con el consejero en que lo importante es sumar lo positivo, que equivale a multiplicar. Pero hacer dos referencias a la intervención de la portavoz del Partido Popular.

La primera de ellas, referida a la primera parte de su intervención, para congratularme, ¿no?, porque, cuando nos muestra su ambición internacionalista en este aspecto, no viene más que a reconocer implícitamente la importancia de lo andado, del camino andado y de lo recorrido hasta esta fecha.

Y en cuanto a la segunda parte de su intervención, y usando si se me permite el símil culinario, entender que se le ha pegado un poco el guiso utilizando una placa de inducción, porque se está refiriendo a cuestiones ajenas —como ha dicho el señor consejero— al ámbito competencial de esta comisión. Y digo de induc-

ción porque, precisamente, la mayoría de la problemática que acoge a la situación financiera o de problemas de índole económico viene inducida precisamente desde las políticas del Gobierno central y, particularmente, en cuanto a los incumplimientos de las obligaciones de financiación recogidas en la disposición adicional tercera de nuestro Estatuto.

Gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Carmona.

Toma la palabra la portavoz del Grupo Popular, la señora Alarcón.

Tiene su señoría la palabra.

### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí, gracias.

Y de manera muy breve, permítame, señor consejero, que yo creo que su presencia en esta feria era vital, fundamentalmente para que viera el desarrollo de la misma, quiénes van, quiénes acuden, el perfil del visitante y muchas más cosas que se ven cuando uno se acerca y se trabaja la feria y la visita, aparte de que tenga, por supuesto, su personal que asista o parte del personal que integra esta comisión y la consejería a la que pertenece, como es lógico.

Y yo no he hablado de lo que se está haciendo, porque se están haciendo cosas —lo he dicho en mi intervención—, sino que yo he venido a hablar de lo que no se está haciendo, permítame que se lo recuerde, y de lo que además sí están haciendo, en mayor parte, precisamente esos mismos sectores, el sector, los empresarios de estas mismas medidas que hemos manifestado que se están realizando, y porque realmente son los primeros que están interviniendo en cada una de las actuaciones que hemos numerado. Por lo tanto, claro que participan.

Ahora bien, eso no quita que pidan un plan específico, como yo le he hecho saber en esta mañana, para que el sector de la gastronomía esté precisamente unificada, bien representada, con peso propio y para que se impulse con ese plan específico que hoy hemos querido traer en esta mañana, como el que tienen otras comunidades autónomas, que he puesto ejemplo también a lo largo de mi intervención.

Pero es que, además, a mí me preocupa que ustedes siempre esperen a que se les pida algo. Es decir, que ¿si aquí no piden el sector equis algo, ustedes no son proactivos para..., bueno, pues, actuar? Porque realmente a mí eso me preocupa mucho, porque la estrategia se diseña conjuntamente con los sectores. Pero permítame que le diga que también su obligación como responsable que está gobernando es ser proactivo y proponer cosas al sector, que mejoren lo que ellos están haciendo o que complementen lo que ellos están haciendo, y, precisamente, para fortalecer esa imagen que tenemos buena, genérica, como he dicho, y esa estrategia común.

Y, bueno, pues después de 15 o 20 años, señor consejero, también permítame que, como es lógico, cambie, mejore nuestra situación, nuestra oferta, nuestros productos... Faltaría más que después de 15 o 20 años

no se mejorara, porque entonces estaríamos, institucionalmente —y permítame la expresión—, prácticamente muertos. Y espero que eso, evidentemente, no haya sido así, como yo he podido disfrutar, ver. Y que espero que sigamos en esa línea de estar vivos, cada día más vivos y cada día proponiendo más y mejores cosas.

Nada más y muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

Y ahora, para responderle, a los distintos portavoces, tiene la palabra el señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias. Con muchísima brevedad.

Tenga usted la seguridad de que toda la información sobre la Feria de Andalucía Sabor la tengo, aunque estos ojos no la hayan visto. La han visto los ojos de un equipo, que para eso formamos equipo y para eso trabajamos en común.

En relación al plan que usted se refiere, tenga la seguridad de que, si el sector considera que es necesario en colaboración y el diálogo con la consejería un plan específico, se hará, lo mismo que se están haciendo otros muchos. En este momento, lo que estamos haciendo es poner en valor el segmento del turismo gastronómico y ponerlo en valor en todos los instrumentos de planificación, de impulso y de promoción que la consejería está haciendo. Y eso lo estamos haciendo dialogando con el sector, porque nos parece que esa es la mejor forma de gobernar y la mejor forma de poner en marcha propuestas y proyectos que sirvan realmente para aquello para lo que lo queremos poner en marcha, que es en este caso el segmento del turismo gastronómico.

Por lo tanto, en este momento eso es lo que estamos haciendo, impulsando todas las herramientas que anteriormente le he dicho, que son muchas en un año de gobierno —como usted reconocerá—. Y a partir de ahí, lo que dé de sí ese diálogo se traducirá en las iniciativas necesarias. Pero por ahora ya se [...] en poner el segmento gastronómico en igualdad de condiciones con el resto de segmentos turísticos dentro del Plan Director de Promoción Turística 2014-2016, que —como he dicho— se presentará el viernes.

Gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

## 9-13/APC-000387 y 9-13/APC-000404. Comparecencias del consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre el balance y resultados turísticos de la campaña de verano en Andalucía

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Bueno. Pasamos a la segunda comparecencia establecida en el orden del día, en esta ocasión sí, a petición del Consejo de Gobierno y del Grupo Parlamentario Socialista, a fin de exponer el balance y los resultados turísticos de la campaña de verano de Andalucía.

Para ello, le damos la palabra al señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

Hablamos de campaña de verano, los datos a los que le voy a hacer referencia se ciñen fundamentalmente a los datos de hasta agosto, que son los datos cerrados por el Instituto Nacional de Estadística al momento de hoy, que —como saben ustedes— son nuestra referencia a la hora de establecer análisis sobre flujos turísticos, sobre pernoctaciones y sobre viajeros.

Durante todo este año, como han podido comprobar, hemos mantenido desde la consejería una actitud de confianza en las posibilidades de Andalucía en materia turística. La industria turística, como sus señorías saben, es un elemento clave para el desarrollo económico de nuestra comunidad, ya que representa a más del 11% del PIB y más del 12% del empleo, lo que supone un sólido pilar para afrontar estos difíciles tiempos de crisis; crisis que se ve agudizada en el día a día de los andaluces y de las andaluzas por las políticas de falsa austeridad que desde la derecha europea y desde el Gobierno central del Partido Popular se viene impulsando y se viene imponiendo, y que provoca una pérdida de poder adquisitivo de los españoles y de las españolas, que afecta al consumo, que afecta a la renta familiar disponible y, por lo tanto, afecta de manera directa a un sector tan dependiente del consumo y de la capacidad de consumo como es el sector turístico.

Pero, pese a ello, en un contexto que a priori parecía jugar en contra, la industria turística andaluza ha demostrado que su fortaleza va más allá, ya que los datos de este verano han resultado ser mucho mejores que las mejores de las previsiones que se realizaban.

Estos datos que les diré a continuación son el fruto de la coordinación de la promoción del destino de Andalucía, optimizando los recursos disponibles a través del Plan de Acción de 2013 y a la consolidación de Andalucía como un destino turístico de calidad; calidad que ha pasado de ser considerada como una característica de valor añadido a configurarse como una estrategia del sector turístico andaluz ante los nuevos retos que el mercado plantea, la aparición de nuevos destinos emergentes con los que competir, que se introducen en el mercado turístico vertiginosamente, y los cambios constantes de la demanda turística y la evolución de sus gustos hacia exigencias cada vez mayores de calidad.

Mes a mes, el periodo estival ha ido arrojando datos que rompían la tendencia no tan positiva, negativa, de lo que iba en el ejercicio 2013, de lo que supuso el ejercicio 2012. Los datos referidos a alojamiento

reglado, hotelero y extrahotelero están ahí y atestiguan esta afirmación. Pero tengo que decirles, señorías, y como adelanto a los datos, que el hecho de que este verano, que este año turístico sea un año turístico muy importante para Andalucía, con datos tremendamente positivos para nuestra industria turística, para lo que nos debe servir es para seguir trabajando, para lo que nos debe servir es para seguir avanzando. A lo que no nos debe llevar es a concluir que el trabajo está hecho, a bajar la guardia y a dejar de ser competitivos. Significan estos datos un acicate para seguir mejorando, para seguir poniendo en marcha instrumentos que sitúen a Andalucía en todos los escenarios turísticos y que sitúe a Andalucía con toda la fortaleza turística. En ese ámbito, señorías, es en el que estamos trabajando, en ese ámbito se sitúa el Plan de Promoción Turística 2014-2016 que, de acuerdo con el sector, se aprobará mañana por la Mesa por el Turismo de Andalucía, en ese marco es el Plan Estratégico contra la Estacionalidad Turística, que, también con el diálogo con el sector, se aprobará en la Mesa por el Turismo de Andalucía, en ese marco es el Plan de Calidad Turística, el Plan Director de Ferias y Congresos, es decir, el Gobierno de Andalucía, la conclusión que saca y extrae de los datos positivos de este año es que resulta imprescindible seguir trabajando, y seguir trabajando desde la colaboración, seguir trabajando desde la coordinación con todos los operadores públicos de Andalucía, seguir trabajando desde la optimización de los recursos para multiplicar los resultados y para fortalecer la imagen de Andalucía como destino turístico. Fue en el mes de mayo cuando se produjo un cambio de tendencia, que dio sus primeras muestras de consolidación en el mes de junio. En el mes de julio, además, se produjeron unos resultados muy buenos, que superaron todas nuestras expectativas, y el mes de agosto, puedo afirmar con rotundidad, que se trata del mejor mes de agosto de la historia de Andalucía en volumen de pernoctaciones, al menos desde que disponemos de estadísticas oficiales al respecto.

Durante este mes —estamos hablando del mes de agosto— los establecimientos andaluces de alojamiento reglado alojaron un total de 2,3 millones de viajeros, lo que supone un incremento del 6,9% respecto al mismo periodo del año pasado. En cuanto a las pernoctaciones también experimentaron un incremento del 6,9% para el mismo periodo, alcanzando los 8,6 millones de estancias. Estos datos pueden y deben calificarse de excelentes, porque Andalucía experimentó un incremento del 6,9% en pernoctaciones en alojamientos reglados, frente al 1,7% del conjunto del territorio nacional.

Merece especial hincapié hacer mención a los datos también sobre empleo en agosto, aunque su crecimiento haya sido leve. Hay que decir que, por primera vez después de 22 meses de descenso continuado, en agosto se produjo un leve repunte de un 1% en empleo hotelero. Pocos, señorías, eran los que esperaban estos datos al inicio de la temporada y pocos eran los que confiaban que en la estrategia de coordinación de recursos, de coordinación de esfuerzos, que se sintetizó en el Plan de Acción 2013, iba a dar resultados.

En lo que respecta al acumulado de mayo a agosto, los establecimientos andaluces de alojamiento reglado, apartamentos turísticos, campin, turismo rural y hoteles han alojado a 7,8 millones de viajeros, lo que supone un incremento del 6,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

En pernoctaciones, el incremento respecto al año anterior ha sido del 6,3% en este mismo periodo, alcanzándose los 26,3 millones de pernoctaciones. Segregando las pernoctaciones por tipología de establecimientos, he de comunicarles que Andalucía presenta mejores resultados que la media nacional en todas ellas. Se ha incrementado un 7,9% las pernoctaciones en apartamentos y un 14,9% en turismo rural, dándose a nivel

estatal en este último tipo de establecimientos una disminución del 3,5%. Como pueden comprobar, se trata de resultados más positivos, que superan incluso nuestras previsiones y las del propio sector, además de ser de gran importancia para Andalucía y para nuestra economía en unos momentos complicados y delicados, y unos resultados en los que Andalucía se consolida como referente a nivel estatal. Según los datos de ocupación hotelera, entre los meses de mayo y agosto, Andalucía ocupa la tercera posición en el ranquin del movimiento hotelero de España, ocupando la primera posición de manera contundente en el ámbito del turismo nacional al que me referiré brevemente.

Con respecto a la procedencia del turismo, creo que es importante añadir que se han registrado, igualmente, comportamientos positivos no solo en el mercado internacional, cuyo comportamientos positivos se han experimentado en prácticamente todos los destinos turísticos de España, también hay que decir que en el mercado internacional, el incremento de las pernoctaciones de viajeros internacionales en Andalucía es, junto con Valencia y Cataluña, la primera de España.

Pero, señorías, lo excepcional, lo importante, lo que merece la pena destacar y tomar nota ha sido el espectacular crecimiento del turismo nacional en Andalucía, espectacular crecimiento, señorías, que se produce solo en Andalucía, porque no estamos hablando de que en el acumulado de enero a agosto, o incluso en el acumulado de mayo a agosto, haya habido un repunte del turismo nacional, estamos hablando de que en el acumulado de enero a agosto, a nivel del turismo nacional, ha habido un descenso del 3,4%. Pues bien, en Andalucía en el mismo periodo ha habido un incremento de cerca del 3% del turismo nacional. Estamos hablando, señorías, de que en el mes de agosto uno de cada cuatro españoles que decidió viajar, vino a Andalucía. Estamos hablando, señorías, de que terminamos el año 2012 con una cuota del 20,7% del turismo nacional en Andalucía y hemos terminado agosto con una cuota del 25,3% del turismo nacional en Andalucía.

Quiero decir, señorías, que cuando hablamos de que el turismo nacional en Andalucía está siendo espectacular, creo que es importante recabar y concluir que ese dato es más espectacular, todavía si cabe, teniendo en cuenta que es solo en Andalucía, y gran importancia y gran incidencia en estos datos ha tenido y está teniendo con toda seguridad la coordinación que, en materia de promoción turística, hemos realizado entre todos los operadores turísticos, comenzando por los ocho patronatos provinciales, siguiendo por turismo andaluz, por el sector privado, por todos los que tienen algo que aportar y algo que decir en materia de promoción turística. Por lo tanto, estamos hablando, señorías, de unos resultados muy positivos que nos deben llevar —como les decía al principio— a una única conclusión: es imprescindible seguir trabajando, y es imprescindible seguir trabajando apostando por la coordinación para multiplicar resultados. Y es imprescindible seguir trabajando apostando por la calidad para marcar diferencias. Y cuando hablamos de calidad, estamos hablando también del empleo como elemento fundamental, para ser competitivos en el año 2014 Andalucía tiene que mejorar en el empleo y tiene que mejorar en la calidad del empleo y en la cualificación de los trabajadores que se dedican al sector turístico en términos globales.

En ese sentido es en el que estamos trabajando por parte de la consejería en estos momentos y en el que esperamos, como siempre, contar con sus aportaciones, con su compromiso, incluso, ¿por qué no?, con su complicidad.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

A continuación, toma la palabra la portavoz de Izquierda Unida, la señora Pérez.

Tiene su señoría...

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta. Gracias, consejero.

Bueno, como bien ha indicado, el turismo y la industria turística son elementos clave para el desarrollo de nuestra comunidad, puesto que representa el 11% del producto interior bruto andaluz, y además el 12% del empleo.

Como bien ha dicho, todos los datos que nos ha facilitado, y a mí me gustaría entrar, un poco, en algunos en detalle, siempre son en aras de mejorar el empleo, el empleo y la calidad del mismo. Pero sí es verdad que el empleo no ha subido todo lo que nos hubiese gustado, y quizá las señorías del Partido Popular se molestan cuando hago alusión a la reforma que hace el Partido Popular, pero sinceramente con la reforma laboral, donde se liberaliza de una forma espectacular el despido, entendemos que le ha hecho un flaco favor a la clase trabajadora, y ha aumentado la cifra del paro, y además han bajado los salarios. Por tanto, en Andalucía nos honra poder mantener, a través del turismo, el empleo, aunque las cifras no hayan subido como nos hubiese gustado, pero sinceramente ya es un logro con respecto a lo que está pasando en otras comunidades gobernadas única y exclusivamente por el Partido Popular.

Los datos que se desprenden del balance pues son bastante importantes y son bastante significativos, porque suponen un crecimiento del turismo en Andalucía y, por tanto, demuestran que es posible combatir la estacionalidad, como bien sucede con el turismo interior, en plena época estival.

Consejero, cuando se refiere al movimiento hotelero, hablamos y se habla, según las estadísticas, de que los establecimientos hoteleros andaluces han recibido un total de 6,5 millones de viajeros en un acumulado, como usted bien ha dicho, de mayo a agosto, con un incremento de más de un 6% con respecto al año anterior; es decir, hemos tenido 373.000 viajeros más que en el periodo comprendido en el año 2012.

En cuanto a viajeros por procedencia, el balance del periodo de mayo a agosto se cierra con un incremento también de más de un 6%, una evolución bastante positiva del mercado nacional, que supera, por tanto, al que es registrado como mercado extranjero.

En cuanto a pernoctaciones, son más de seis millones y medio de viajeros los que han realizado un total de más de 20,6 millones de pernoctaciones; en definitiva, más de un 1,33, 35 millones de pernoctaciones más que en el año 2012. Las pernoctaciones por procedencia, según el balance, pues demuestra que se cierra con un crecimiento de un mes, de más de un 7%, respecto a las cifras del año anterior; por tanto, crecen las pernoctaciones del mercado nacional un 6,7%, y el mercado extranjero crece un 7,4%. Las pernoctaciones nacionales, como usted bien ha comentado, suben casi un 7% y en las pernoctaciones extranjeras llegamos a casi un 10% con respecto al año 2012.

El grado de ocupación y de plazas hosteleras supone un crecimiento de casi un 2,5% con respecto al año anterior. Y la posición que tenemos en Andalucía, que es importante destacarla, puesto que, dentro del barómetro que se hace, Baleares, Cataluña y Andalucía en tercer lugar, por detrás de Andalucía siguen estando Canarias y la Comunidad Valenciana; por tanto, es un índice y un factor positivo para nuestra comunidad que lidera el crecimiento en cuanto a ranking en interés..., en movimiento hotelero. Y cierto es que es la primera comunidad turística en el movimiento hotelero del sector de los españoles.

Por tanto, son buenas noticias para la economía andaluza y buenas noticias que también repercuten durante el mes de septiembre. El balance es con respecto a mayo y agosto, pero, sinceramente, durante el mes de septiembre se continúan arrojando unos resultados bastante positivos para nuestro destino: se han alcanzado 5,2 millones de pernoctaciones, es decir, un 5,4 más que el año anterior; las pernoctaciones han experimentado crecimientos todos los meses, desde mayo, como bien hemos podido comprobar, y suben casi un 12%. Por tanto, estos datos de septiembre pues también propician que haya un optimismo generado en todo el sector y que se augure que el cierre de este año pues sea bastante positivo y sea para felicitar a la consejería y para felicitarnos todos los que nos sentimos andaluces.

Y sí me gusta destacar también, en este acumulado que se hace de mayo a septiembre, que el alojamiento rural es el que más sube, con casi un 5%. Por tanto, estamos apostando fuertemente por el turismo interior y, obviamente, por el turismo rural.

Y, según las últimas noticias que tenemos en prensa, pues también se nos avecina y se nos avanza que el mes de noviembre pues va a tener también un alza en cuanto al sector turístico, y que arrastra a todas las provincias, entre las que se encuentran, a la cabeza, Almería, Granada y Málaga; por tanto, pues seguimos revisando un factor positivo con respecto al año anterior. Y yo me aventuraría a decir que no solo con respecto al año anterior, sino que ha sido el mejor verano, creo que desde hace catorce años atrás, incluso estando en tiempos de crisis e incluso metiendo el Partido Popular la mano en el bolsillo de todos las familias, pues incluso así hemos tenido esa suerte de que el turismo en Andalucía ha seguido avanzando.

Yo quiero hacer alusión a la importancia que tiene el turismo de interior y a los datos que he podido recopilar, porque, fruto de ese turismo de interior, en plena época estival, pues también hemos decantado desde Andalucía que es posible tener otro tipo de turismo, favoreciendo esa lucha contra la estacionalidad y, aún en tiempo de sol y de playa, con playas magníficas y con un sol, pues, inmejorable, como el que tenemos en Andalucía, pues también el turismo interior ha sido uno de los activos más relevantes en cuanto oferta turística andaluza. Y, por tanto, ese efecto de desestacionalizador, como la variedad y la singularidad y la complejidad, son complementarios de toda la oferta turística.

Durante el pasado año, el interior de Andalucía fue visitado por un total de 3,86 millones de turistas, lo que supuso un total de casi un 18% de los viajeros que llegaban a nuestra región. Y esto se debe, fundamentalmente, a dos razones y a un dato excelente que hay que destacar. Uno es el incremento del turismo interior, como bien he dicho, luchando contra estacionalidad. Y el segundo es que, por segundo año consecutivo, pues el turismo de interior crece. Por tanto, observamos que ese trabajo que está haciendo la consejería de apostar por el turismo de interior, a la vez que apostar por el resto de turismo —tanto el industrial, el gastronómico, como hemos tenido oportunidad de trabajar antes, y el resto de variantes que nos caracterizan— pues ayuda, en definitiva, a que la economía en Andalucía, en cuanto a turismo, se siga manteniendo.

Si antes hablábamos de los gastos de media del turista en cuanto a interior, ahora, refiriéndonos al gasto que se evalúa a nivel andaluz, es alrededor de mil cuatrocientos millones de euros; es decir, lo que supone más o menos un 12% del gasto en destino efectuado por el total de turistas en nuestra comunidad.

Si bien los datos son positivos, debemos seguir luchando y captando a ese turista de interior, tanto el que procede del mercado internacional, que se ha incrementado este año en 4,2 puntos porcentuales, situándose en el 31,8%, y sobre todo en el nacional, que como es el nuestro, principalmente, pues sigue en línea de crecimiento con una cuota del 68,2%

Por tanto, son datos importantes para nuestra comunidad. Yo sigo con la palabra del consejero, en la línea de que esto no quiere decir que tengamos que dormirnos porque hayamos conseguido ya un balance estupendo, después de muchos años de parálisis; pero sí es verdad que habrá que seguir trabajando, y trabajando aunando esfuerzos, como bien ha dicho usted, consejero, pues con todos los sectores, tanto público-público, como público-privado, y teniendo en cuenta a todas las organizaciones. Y por supuesto, y algo que desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida es algo fundamental, tanto para la previsión de presupuestos como para cualquier debate, es la creación de empleo en nuestra comunidad.

Y, por tanto, teniendo presente lo importante que es el turismo y teniendo presente la falta de oportunidades que tienen pues tanto los jóvenes como las mujeres, en nuestra comunidad y en el resto de Andalucía, pues por las políticas de recortes y porque no sabemos buscar recursos donde los hay, persiguiendo el fraude fiscal y haciendo una reforma fiscal progresiva, donde pague más quien más tiene, quien más gana, quien más herede y quien más cobra, pues de esta manera tendrían otros recursos y se podrían reinvertir no en recortes, sino en crear empleo, que es fundamental.

Y desde nuestro grupo entendemos que, mientras no se cree empleo, venga por parte del turismo o venga por parte de otras consejerías, a base de recortes no se va a poder crear empleo.

Por tanto, felicitar al consejero por la parte que le toca a su consejería y por el esfuerzo que se ha hecho en esa apuesta durante la época estival, y por esa lucha contra la estacionalidad, que estamos viendo cómo están obteniéndose frutos.

Gracias, presidenta.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez.

A continuación, para posicionar al Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra su portavoz, la señora Moro.

### La señora MORO CÁRDENO

—Gracias, señora presidenta.

Señor consejero, permítame, en primer lugar, que le agradezca su comparecencia y que le agradezca, lógicamente, su información, la información que ha detallado a lo largo de su intervención, y en una solicitud de comparecencia que bien es cierto que fue solicitada por el Consejo de Gobierno, pero también por el grupo

que represento, por el Grupo Parlamentario Socialista, entendiendo que lógicamente es una cuestión importante que conozcamos ese balance de la temporada turística de nuestra comunidad autónoma en este verano.

Y la información que usted nos ha trasladado, señor consejero, pues no viene más que a poner de manifiesto que, sin lugar a dudas, ha sido una excelente temporada de turismo en Andalucía, una excelente temporada para la industria turística en nuestra comunidad autónoma. No en vano cualquier titular de los medios de comunicación que cojamos —y han sido muchos—, cualquiera, que haya salido en los últimos días, las últimas semanas, incluso durante los meses de verano —y todo ello referido a los resultados turísticos en Andalucía—, pues todos tienden a resaltar, efectivamente, que ha sido un verano, desde el punto de vista turístico, muy positivo para Andalucía.

Y no solo eso, yo creo que, en estos momentos, cualquier informe, cualquier estadística que podamos manejar al respecto, cualquier variable que consultemos acerca de resultados turísticos durante la época estival no hace más que corroborar el buen comportamiento turístico en estos meses en Andalucía, y ello, a pesar de las dificultades, a pesar de las dificultades que tiene este país.

Por tanto, yo creo, señor consejero, que hay que valorar positivamente esos resultados y esos datos turísticos que arroja esta temporada estival, porque ello, sin lugar a dudas, es una buena noticia para Andalucía, por lo que supone para un sector que es un sector clave de nuestra economía, como es el turismo.

Evidentemente, hacer esta valoración no es más que afirmar la realidad y la evidencia de unos datos y unos resultados que existen y que están ahí. Pero ello, de ningún modo, permítame, señor consejero, supone hacer gala de ningún tipo autocomplacencia. Lo digo porque parece que esa referencia se ha convertido en el latiguillo, en la coletilla habitual del grupo de la oposición en esta comisión, en el momento en que los datos turísticos pues arrojan resultados positivos. Bueno, yo no entiendo, desde luego, que la autocomplacencia sea precisamente informar de forma positiva de hechos o de una evidencia que también es positiva.

Pero yo no voy a insistir, señor consejero, en el detalle de los datos. Se han dado algunos que me parecen que corroboran todo lo que estábamos hablando respecto al buen comportamiento del turismo. Yo creo que son datos que son claros, son datos contundentes, hablan por sí mismos, hablan por sí solos, y ponen de manifiesto y reflejan que el destino en Andalucía es un destino fuerte, un destino solvente y un destino competitivo.

Pero sí algunas valoraciones y algunas reflexiones en torno a la información que se desprende de su intervención. Yo creo que hay que reconocer que este buen comportamiento de los datos turísticos se debe, entre otros factores, y hay que reconocerlo, como digo, a ese trabajo continuo, a esa colaboración y a esa coordinación entre la Junta de Andalucía, entre los patronatos provinciales de turismo, entre el sector privado..., esa unión de esfuerzos y de trabajo conjunto entre el sector público y el sector privado, que ha sido muy positiva, que ha sido muy acertada. Y que no cabe duda de que seguir apostando, como usted decía, por esa implicación, por esa colaboración, va a ser un elemento fundamental para seguir en la senda positiva en el sector turístico.

La Consejería de Turismo elaboró ese Plan de Acción 2013 en base a esa colaboración y en base a esa unión, con unos objetivos y unas prioridades bien definidos, de cara fundamentalmente a la temporada alta, a la temporada estival. Y es evidente, como usted decía, que ha dado sus frutos, ha dado buenos resultados. Concretamente, el pasado junio, señor consejero, usted en esta comisión presentaba aquí, en una comparecencia, ese Plan de Acción 2013, donde, al margen de detallarnos esos objetivos y esas prioridades, que entiendo que son objetivos y son prioridades que se han venido cumpliendo, hacía, por cierto, una serie de previsiones —re-

cuerdo— de cara a esa temporada estival, y permítame que le diga que, en muchos aspectos, esas previsiones, que ya apuntaban, o ya apuntaba usted como una tendencia positiva de cara al verano, creo que, en muchos aspectos y en muchos casos —y usted me corrige si no es así— parece que se han visto ampliamente superadas por los datos y los resultados que, al final, ha arrojado esta magnífica campaña de verano.

Y con respecto precisamente a los datos... Como digo, no voy a entrar en el detalle de los mismos, pero sí reafirmar que estamos hablando de datos que ponen de manifiesto, entre otros aspectos, que ha sido Andalucía la que ha liderado, a nivel nacional, el incremento de viajeros y pernoctaciones durante la temporada, un crecimiento que supera ampliamente la media nacional. Unos datos que reflejan que Andalucía registró el mayor crecimiento e incremento de pernoctaciones de viajeros internacionales. Unos datos que reflejan que Andalucía no solo se mantiene como la comunidad líder entre los turistas nacionales, sino que además lidera el crecimiento de este sector.

En definitiva, datos, todos ellos, que, sin duda, colocan a Andalucía en lo más alto respecto a los resultados turísticos, en una tendencia al alza en los distintos meses de verano, destacando fundamentalmente agosto, el mes de agosto, que, sin lugar a dudas, ha sido un mes excepcional, excepcional, desde el punto de vista turístico, con registro récord, que ha superado, desde luego —ahí sí—, todas las expectativas.

Y teniendo en cuenta estos datos, yo recuerdo, y me resultó especialmente llamativo, en el mes de junio pasado, también usted fue interpelado por el Grupo Parlamentario Popular en el Pleno de la Cámara. Y en aquella interpelación la intervención de la portavoz del Grupo Parlamentario Popular apuntaba con cierta..., con cierto desahogo, por decirlo de alguna forma, ¿no?, a un sector turístico, el andaluz, como un sector que parecía algo más que un desastre, algo así como el hundimiento del *Titanic*, ¿eh? Eso parecía deducirse de la intervención, en aquel momento, en la interpelación. Bueno, yo creo que no hay mejor forma para valorar algo que contrastar las palabras con la realidad, en este caso con la realidad turística andaluza, que pone en evidencia, como suele ocurrir, ciertas manifestaciones y ciertos planteamientos que, al final, caen por su propio peso. Pero, en fin, resulta siempre llamativo.

Pero le decía, estos datos... Quiero destacar especialmente —usted lo hacía también— los datos referidos al turismo nacional, porque, es verdad, en los últimos años el turismo nacional ha registrado descensos, un descenso que venía motivado —lo hemos hablado en varias ocasiones en esta comisión— por una situación de crisis, por las políticas económicas del Gobierno central, que han lastrado de forma importante la renta familiar disponible, adoptando decisiones que afectan de forma muy importante a las economías familiares; decisiones, además, que lejos de incentivar el consumo, que lejos de incentivar la demanda interna, necesaria en una situación de crisis como la que tenemos, vienen a retraer el consumo y vienen a retraer la demanda interna, con las consecuencias que estas decisiones tienen para un sector como es el turístico.

Pero, como digo, a pesar de esa coyuntura, yo quiero resaltar el tema del turismo nacional, porque, a pesar de esa tendencia negativa que venía registrando el turismo nacional, pues estamos hablando en estos momentos de que arroja en esta temporada un resultado muy positivo, muy positivo. Yo creo que no hay nada desdeñable en que, aun en épocas de dificultades económicas para las economías domésticas en nuestro país, de unas economías cada vez más asfixiadas y más lastradas por esas decisiones políticas a las que yo me refería del Gobierno central, con subidas de impuestos y de tasas desproporcionadas, con recortes de salarios, con copagos, con..., precisamente, pues se haya registrado en esta temporada estival

un aumento significativo del turismo nacional en Andalucía, que supone, desde luego, una recuperación de ese turismo en nuestra comunidad autónoma. Es muy destacable, por cierto, el mes de agosto en las pernoctaciones de viajeros españoles. Usted apuntaba que, de cada cuatro —si no me equivoco— españoles, uno elige Andalucía. Un dato que, lógicamente, supone una cuota de más del 25% de registro de turistas nacionales a Andalucía, por lo tanto, yo creo que es una buena noticia para Andalucía en esta época de verano. Pero no solo en la época de verano, señor consejero, yo creo que, en Andalucía, en lo que va de año, en este año 2013, es la única comunidad autónoma que presenta un crecimiento en turismo nacional positivo, el resto de comunidades autónomas tienen crecimientos negativos. Por tanto, es un resultado muy positivo que consolida a Andalucía como el destino prioritario de los turistas nacionales, y, por tanto, como la comunidad autónoma líder de este emisor.

Y como usted decía, es verdad, esto solo se da en Andalucía. Por tanto, yo creo que tenemos que estar moderadamente satisfechos de que se haya recuperado este turismo y que seamos, lógicamente, líderes en ese mercado nacional del turismo, a pesar, como digo, de las dificultades. Por cierto, yo recuerdo que en el Plan Nacional 2013 uno de los objetivos prioritarios precisamente era ese, recuperar..., la recuperación del turismo nacional. Bueno, pues, como digo, hay que estar moderadamente satisfechos con estos resultados.

Y yo termino..., voy a intentar terminar con dos cuestiones que quiero sumar a estas valoraciones.

En primer lugar. Usted apuntaba ayer..., era el portavoz de Izquierda Unida también, yo quiero también incidir en este tema, me refiero al empleo, a la creación de empleo en el sector turístico. Es verdad que en agosto ha habido un repunte, escaso, un 1%...

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Moro, debe ir terminando ya.

### La señora MORO CÁRDENO

—Termino inmediatamente, señora presidenta.

... un repunte, pero yo creo que hay que hacer un esfuerzo en este sentido, señor consejero. Estos buenos resultados, ese incremento de los resultados tiene también que venir acompañado con un incremento del empleo en nuestra comunidad autónoma y hay que hacer esfuerzos. Ya sabemos que la reforma laboral no ha traído nada nuevo..., nada bueno, perdón, para el empleo —bajada de salarios, despidos masivos, empleo precario—, pero hay que hacer un esfuerzo en este sentido.

Segunda cuestión que quería plantearle, señor consejero, que tiene que ver con la expresión de la voluntad política de un Gobierno, y me refiero a los Presupuestos Generales del Estado. El proyecto de presupuestos ha sido presentado por el Gobierno del Partido Popular. Lógicamente, también incluyen en ese presupuesto, y es un atropello para Andalucía, un atropello a todas las políticas, pero hay una cuestión fundamental que creo que es interesante, que es el tema de la política turística, que repercute en Andalucía. Y creo que esos presupuestos son decepcionantes en ese sentido; no es que lo digamos desde el Grupo Socialista, lo dice la patronal, lo dicen los sindicatos, que es un presupuesto muy decepcionante para el sector turístico.

En solo dos años, señor consejero, la política turística y la promoción turística en los Presupuestos Generales del Estado, con un Gobierno del Partido Popular, ha sido recortado en un 50%. Por tanto, me gustaría conocer su opinión.

Y termino, señora presidenta.

Señor consejero, hay que decir con toda claridad que los datos y resultados de la temporada estival han sido excelente, unos resultados que nos invitan al optimismo; un optimismo, por cierto, que también se ha hecho extensivo al conjunto del sector turístico...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Moro, se ha pasado ya un minuto y medio del tiempo establecido. Debe ir concluyendo ya.

La señora MORO CÁRDENO

—Señora presidenta, si me permite, según el cronómetro que tengo en la mesa, he utilizado 11 minutos.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—No, señora, no, señora, lleva su tiempo...

La señora MORO CÁRDENO

—Once minutos.

*[Intervención no registrada.]*

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Vaya terminando, por favor.

La señora MORO CÁRDENO

—Bueno, estoy terminando, 11 minutos.

No voy a utilizar la réplica, por lo cual, señora presidenta, he agotado 11 minutos. Creo que un minuto más, si no voy a hacer uso de la réplica..., creo que hay que ser un poco flexibles a la hora de manejar los tiempos.

Y si me permite concluir, voy a concluir con una frase, con una frase, ¿de acuerdo? Gracias, señora presidenta, por su benevolencia.

Le decía, señor consejero, que también ese optimismo se ha hecho extensivo al conjunto del sector turístico, según reflejan las conclusiones del sondeo que realizó la consejería entre los empresarios turísticos. Pero yo comparto con usted y también lo comparto con la portavoz de Izquierda Unida, que lo ha dicho, estos da-

tos no solo invitan al optimismo, yo creo que también deben invitar a seguir trabajando, deben invitar a seguir aunando esfuerzos, como se vienen haciendo, para consolidar y seguir mejorando y potenciando el sector, este sector turístico que tiene enormes potencialidades en nuestra comunidad autónoma.

Señora presidenta, he terminado.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Moro.

A continuación, para posicionar al Grupo Parlamentario del Partido Popular Andaluz, tiene la palabra su portavoz la señora Alarcón Mañas.

### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchas gracias, señora presidenta.

Y yo creo que ha quedado claro, ¿no?, en la intervención anterior y también en la mía que estamos de enhorabuena, que es una satisfacción analizar, por fin, los resultados positivos —en general— de este verano en Andalucía, especialmente tras esos más de veintidós meses de sequía y de destrucción de empleo, datos que no nos acompañaban ni hacían justicia a destinos turísticos de Andalucía.

Pero, efectivamente, hoy estamos analizando los datos positivos de la campaña de verano de Andalucía; resultados, para que quede claro, de los que este grupo parlamentario, el Partido Popular, nos alegramos. Eso que quede muy claro, señor consejero. Que el Partido Popular sabe exactamente igual que todos los que estamos hoy aquí y mucha gente fuera la importancia que tiene cada punto de ocupación que supere al anterior en el mantenimiento del empleo turístico, en la creación de nuevos puestos de trabajo y en la mejora de los resultados de explotación de los negocios turísticos, muchos de los cuales, como usted bien conoce, estaban en la cuerda floja de abandonar o seguir.

Por lo tanto, sin duda, este oxígeno que ha supuesto la temporada estival, pues, está dando un respiro al sector. Y yo espero, y confío además, que lo sigan dando al menos durante los meses también de septiembre y de octubre, aunque aquí se haya analizado o se hayan dado datos hasta agosto, en los cuales yo no voy a entrar porque ya se han dado suficientemente datos y, además, afortunadamente positivos, como digo. Pero, sin embargo, no se ha repartido, y en eso también coincidirá conmigo, esta suerte igual por todas las provincias y capitales de turismo en Andalucía, donde ha habido bajadas muy significativas, como, por ejemplo, sin ir más lejos, Jaén, donde se han perdido viajeros, pernoctaciones y muchos puestos de trabajo, que desde luego va a ser imposible recuperar en lo que va de año.

Pero, efectivamente, insisto, hoy es un día para hablar de datos positivos, de la recuperación del turismo nacional, del incremento de turistas internacionales durante el verano, tanto de mercados maduros como de nuevos mercados. Como ve, somos nosotros, el Partido Popular, los primeros en reconocer los datos buenos y, por supuesto, en alegrarnos.

Ahora bien, intentando únicamente hacer una crítica constructiva y sin dejar de celebrar, en ningún caso, por fin, los datos positivos, los datos buenos que hoy se están analizando. Si la campaña estival, que es lo que estamos analizando, y este crecimiento se debe realmente al trabajo de todos, ¿cuántos factores exógenos o causas externas han tenido que ver en la recuperación tanto del turismo nacional como del turismo internacional? Eso es lo que a mí me gustaría que analizáramos en profundidad y que se analizara y se diagnosticara desde su consejería. Eso es lo que yo creo hoy, humildemente. A lo que le animo, y espero que comparta mi opinión, para no conformarnos, como usted bien ha dicho, y como han hecho el resto de intervinientes: no hay que dejar de analizar la situación.

No podemos caer en la autocomplacencia, como se ha dicho, y yo me reafirmo en esa medida. No podemos morir de éxito y, por supuesto, no podemos confiarnos. Porque, insisto, ¿cuántos de esos turistas nacionales han venido a Andalucía porque no han podido salir al extranjero debido al ajuste de su bolsillo? ¿Cuántos turistas extranjeros han venido a Andalucía buscando, además del sol y nuestra calidad, como destino turístico, buscando esa seguridad que no le ofrecen en este momento otros destinos, países del Mediterráneo, países como Egipto, Túnez, Grecia, etcétera? ¿Qué va a pasar, y vuelvo a ponerlo sobre la mesa, y creo que no es la primera vez que se lo digo, cuando estas crisis que están atravesando estos países y esos destinos que compiten con nosotros se recuperen? Ahí es donde tendremos que ir trabajando.

Eso es lo que creo que merece la pena analizar y lo que es, ciertamente, desde mi punto de vista, peligroso, que nuestro éxito veraniego sea en gran parte debido a causas ajenas, además de a factores, por supuesto, y medidas que hayamos tomado conjuntamente con el sector.

Me alegraría mucho de que realmente no caigamos en la autocomplacencia, como se está diciendo aquí, pero me alegraría que fuese real, que no nos colguemos medallas que no nos corresponden. Me alegro mucho, y lo vuelvo a repetir, de que generemos noticias positivas, que seamos portada de cantidad de impactos vinculados a noticias de turismo, donde Andalucía esté dando noticias positivas. Me alegro de que, ante cualquier necesidad de salir del turista nacional o extranjero, ante cualquier crisis, ya sea económica o de seguridad física, que estamos también hablando, se piense en Andalucía. Cómo no nos vamos a alegrar de eso. Porque estos dos parámetros, y aprovecho también para recalcarlo, seguridad y excelente relación calidad-precio, hemos de convertirlo precisamente en bandera de promoción de Andalucía, y aprovechar esta oportunidad que nos está brindando, quizás, factores también exógenos.

Y también me alegro, y no se ha dicho aquí y creo que merece una mención especial, si somos justos, pues de que la campaña interna que ha hecho el Ministerio de Industria y Turismo, a través de Turespaña, por potenciar el turismo nacional esté dando sus frutos, y esa promoción del turismo nacional que está haciendo Turespaña del turismo, de consumir turismo interno, pues, esté teniendo éxito en Andalucía, porque el turista nacional, cuando quiere divertirse y tener una excelente relación calidad-precio, piensa en Andalucía.

O también podríamos haber dicho, y no se ha comentado y creo que es justo, que la apuesta del Ministerio de Fomento por bajar los precios de Renfe y de AVE también está recabando positivamente la llegada de turistas a Andalucía, tan excelentemente comunicada por las vías del tren. Y de eso no se ha dicho nada.

Por lo tanto, en definitiva, y señoría del PSOE en concreto, que ha sido la que ha intervenido en último turno, permítame que le diga que el símil del hundimiento del Titanic en Andalucía, sinceramente, en lo que respecta a turismo, es imposible. Por lo tanto, yo jamás, jamás, utilizaré un símil que no se puede producir

afortunadamente en Andalucía. Pero permítame que, para mantener o emprender un viaje con un motor de buena cilindrada, fíjese lo que le digo, yo no pido más, que no se pare, que no se pare ese coche con ese motor, hay que seguir trabajando y mucho, como están haciendo, por cierto, ayuntamientos, patronatos, diputación..., el sector al completo: empresarios y trabajadores.

Por lo tanto, y concluyo, permítame que le diga: optimismo sí, lo celebramos, pero optimismo contenido, y seguir trabajando.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

A continuación, tiene la palabra el señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

Con brevedad, porque el tono de las intervenciones, yo creo que evidentemente tienen en común el reconocer la realidad. Y la realidad turística este año en Andalucía son los datos que le hemos dado a nivel general. Si quieren ahora se los desagrego por tipologías para que vean cómo de mayo a agosto estamos hablando de unos resultados muy positivos para Andalucía. Y, por lo tanto, eso es un elemento de, de..., que marca que estamos trabajando en la buena dirección.

Que —como bien la señora Moro ha dicho— el Plan de Acción 2013 tenía un objetivo fundamental que era fortalecer nuestra presencia en el turismo nacional, y que ese objetivo se ha cumplido, se está cumpliendo, y puedo decirle que el mes de septiembre va a ser excepcionalmente positivo, que el mes de octubre está siendo positivo igualmente, y que incluso las previsiones para noviembre son muy positivas.

Por lo tanto, estamos hablando de unos escenarios turísticos, para nuestra comunidad, importantes no solo en lo que significa pernoctaciones hoteleras sino todo el factor de arrastre que el sector turístico tiene en el conjunto de nuestra economía y en el conjunto de los sectores productivos ligados directamente al mismo.

Yo quiero decirles que cuando hablamos de los datos de Andalucía es importante poner de manifiesto la totalidad de los mismos y también, como siempre hacemos, ponerlos en relación con el resto de los destinos con los cuales competimos también España, para ver cómo van evolucionando los mercados y cómo se va posicionando Andalucía en ese contexto.

Tengo que decirles en este sentido que en el periodo de mayo a agosto, y hablando solo de alojamientos hoteleros, el incremento en España ha sido del 2,9%. Pues bien, en ese mismo periodo de tiempo el incremento en Andalucía ha sido del 7%. Por lo tanto, creo que ese dato es un dato importante.

Pero si además concretamos por procedencia nacional o internacional, el periodo de mayo a agosto la media nacional ha sido del 0,6% en España; en Andalucía, del 6,7%. En internacional, en turismo internacional en ese mismo periodo de tiempo la media ha sido del 4,1% en España; en Andalucía, del 7,4%. Por lo tanto,

estamos hablando de magnitudes positivas en términos cuantitativos, pero tremendamente positivos en términos cualitativos en la medida que dimensiona a Andalucía como destino turístico, con una fortaleza ahora mismo envidiable con el resto de los destinos con los cuales competimos.

Y cuando hablamos del turismo nacional es todavía más importante si cabe, porque, como les decía, el repunte, la fortaleza es en Andalucía. En el periodo de enero a agosto, para darle los datos exactos, en España ha descendido el 3,7% el turismo nacional, no es que haya subido menos, no, es que ha descendido el 3,7%, y en el mismo periodo de año en Andalucía ha crecido en torno al 2%. En el periodo de mayo a agosto, ya les he dado los datos, en España prácticamente está plano, en el 0%, 0,5%, y en Andalucía ha crecido el 6,7%.

Esos datos son muy positivos. Y con toda seguridad cuando se hacen datos de esas características influyen muchos factores, muchos factores, pero yo le puedo asegurar, señor Alarcón, que de estos factores el que menos ha influido son los factores exógenos, porque es cierto que ha habido circunstancias complicadas en el norte de África, pero es cierto también que esas circunstancias complicadas en el norte de África no estaban en mayo, y en mayo hubo un repunte magnífico del turismo en Andalucía. Pero además con las características de los viajes que se articulan a esas zonas geográficas, la desviación que se ha producido la comunidad que menos se ha beneficiado, puede tener usted la convicción, de que ha sido Andalucía. Ha habido otras comunidades como Canarias, como Baleares, como Cataluña, incluso como Valencia, que se han visto más beneficiadas por esos flujos turísticos que Andalucía..., y cuando hablo Andalucía, fundamentalmente me refiero a la Costa del Sol.

Por lo tanto, yo me quedo con las conclusiones que la señora Alarcón, la señora Pérez y la señora Moro han planteado que hay que seguir trabajando y de que hay que seguir colaborando, y articulando todos los recursos y esfuerzos necesarios para que la nave siga avanzando en la buena dirección.

Y dice la señora Alarcón que algo habrá tenido que ver la bajada del Ave, que algo habrá tenido que ver las campañas..., por supuesto, todo ha tenido que ver y todos los elementos son positivos. Si las políticas económicas del gobierno fueran otras, por supuesto que los resultados turísticos del turismo nacional serían absolutamente diferentes. Pero quiero decirle, y lo que quiero llevarle a su atención, señora Alarcón, es que el Ave, que era una demanda de todo el sector, los billetes del Ave han bajado no solo para Andalucía, habrán bajado para Cataluña y habrán bajado para Valencia. Pues bien, señora Alarcón, en Cataluña ha habido un descenso muy importante del turismo nacional y en Valencia ha habido un pequeño incremento del 2%, mientras que en Andalucía ha habido un incremento del 7%.

Si es cierto que los factores exógenos llevan a que los turistas nacionales no vayan fuera y se queden en España, también es cierto que podían haber elegido otros destinos, pero han venido a Andalucía. Usted dirá que es por la gracia divina, o por la Virgen del Rocío, como diría su correligionaria, pues no, pues mire usted, yo creo que esos factores no influyen en estos ámbitos, que los espacios que nos estamos ganando los andaluces en materia turística los estamos ganando a pulso. Y fíjese que le digo los andaluces, no le digo el gobierno, los andaluces, los operadores turísticos de Andalucía, los patronatos de turismo, el sector privado, los trabajadores. Nos lo estamos ganando a pulso, y en ese sentido es en el que hay que trabajar.

Acabo haciendo dos reflexiones que se han planteado, y que me parecen importantes. Uno es el tema del empleo, yo creo que es absolutamente imprescindible que el empleo vaya en la misma proporción que las pernoctaciones, o en proporciones parecidas a las pernoctaciones. Es difícilmente comprensible que las per-

noctaciones hoteleras se incrementen en torno a un 8% y el empleo desciende en torno a un 3%. Es difícilmente comprensible que a partir de ahí las cuentas de resultados mejoren en la industria turística, y el empleo disminuya y se destruya. Porque le he dado los datos de agosto, pero el acumulado de enero a agosto es una destrucción importante en materia de empleo hotelero en nuestra comunidad. Eso no es comprensible y eso se lo estamos trasladando al sector empresarial no desde la óptica de la necesidad de apostar por el empleo como elemento fundamental de cohesión social y de cohesión territorial. Se lo estamos planteando, señora Alarcón —y me gustaría que usted me ayudara en esta tarea—, se lo estamos planteando desde la perspectiva de rentabilidad del negocio hotelero, de competitividad y viabilidad del negocio hotelero, porque el negocio hotelero en Andalucía no tendrá viabilidad futura si no va ligado a la calidad del servicio y si no va ligado a la satisfacción del cliente y si no va ligada a la difusión que el cliente satisfecho haga de su estancia en los hoteles. Y puede usted tener la total seguridad de que el factor fundamental para que el cliente salga satisfecho es el trabajador y la trabajadora, y si no hay trabajadores suficientes para atender las demandas de los clientes, o si los trabajadores que existen no están lo suficientemente implicados con la empresa hotelera y con su futuro, o si no tienen la suficiente cualificación, la satisfacción del cliente no será positiva, y si no es positiva irá en contra del propio negocio turístico y del propio negocio hotelero.

Por lo tanto, me gustaría que su señoría, que tiene en estos ámbitos más capacidad de convicción que a lo mejor puedo tener yo con el sector al que nos dirigimos, me ayudara y ayudara al Gobierno en esta reflexión, no desde la óptica de las políticas generales de empleo sino desde la óptica de la rentabilidad de su negocio. Si queremos seguir teniendo o tener en Andalucía un negocio hotelero puntero, rentable y con perspectivas, tienen que pensar que el trabajador es un activo, es una inversión en su cuenta de resultados y que tiene que haber el número suficiente de trabajadores, con la suficiente preparación y cualificación para atender la demanda, y eso todavía no hemos sido capaces de trasladarlo. Decía la señora Moro, y estoy de acuerdo, que evidentemente la reforma laboral no ayuda. Pero, en fin, quiero situarme en aquello en lo que podemos estar de acuerdo. Por lo tanto, eso se lo estamos planteando y me parece fundamental, y así figura en el Pacto Andaluz por el Turismo, como línea estratégica de futuro.

Y, efectivamente, la promoción no..., de Turespaña está disminuyendo a unos niveles especialmente alarmantes y preocupantes. Eso afecta, lógicamente, a la promoción de todos los destinos turísticos en los mercados internacionales.

Desde la consejería estamos trabajando de manera leal, como siempre hacemos, con todas las instituciones, sean diputaciones, sea Gobierno central, que tienen competencias en materia turística. Nos gustaría que esa lealtad fuera recíproca siempre, y no siempre lo es. Pero también tengo que decir, señorías, que es importante que el sector privado participe en la promoción turística, y que participe en la promoción turística también financiando los costes que la promoción turística tiene, como, por cierto, se hace en muchos lugares de Europa; como, por cierto, se hace en algunos lugares de España. Pues también en Andalucía tenemos que trabajar en esa dirección; también se lo hemos planteado al sector privado, y, en esa dirección, vamos a seguir trabajando.

Por lo tanto, me quedo con sus palabras últimas de que estos datos positivos para lo que nos deben servir es para trabajar, para trabajar y para trabajar. Ese es nuestro lema y ese es nuestro objetivo.

Gracias.

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

---

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

¿Entiende esta presidencia que el Grupo Parlamentario Socialista renuncia a su segundo turno?

  

---

## 9-13/POC-000579. Pregunta oral relativa a La Consejería Responde

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pues entonces pasamos al siguiente punto del orden del día, concretamente el relativo a las preguntas orales. Y para ello abordamos la primera, que es pregunta con ruego de respuesta oral en comisión, relativa a La Consejería Responde. Es una pregunta del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida Los Verdes, y entiendo que para formularla tiene la palabra la señora Pérez.

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Consejero, el pasado 12 de junio finalizó en Córdoba el periodo de reuniones que la Consejería de Turismo y Comercio ha venido desarrollando a lo largo de todas las provincias andaluzas, con el título de La Consejería Responde. Entendemos, desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, que es un sano ejercicio de democracia y de transparencia que debería extenderse al resto de las instituciones.

Por tanto, nos gustaría saber qué valoración hace la Consejería de Turismo y Comercio sobre el grado de satisfacción de las mismas, y también qué contenido es el que estas reuniones han llevado a las distintas provincias.

Muchas gracias.

### La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez, tiene la palabra el señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Pérez.

Efectivamente, es una iniciativa que hemos puesto en marcha desde la consejería, también le digo que la vamos a poner en marcha de manera periódica y anual. Es una iniciativa que responde fundamentalmente a un concepto de gobierno abierto, de transparencia, de relación directa con los ciudadanos, que tiene diferentes instrumentos, y este es uno de ellos, pero también le digo que no es el único con el que cuenta la consejería, ni con el que va a contar. Porque nos parece imprescindible, en el siglo XXI, avanzar hacia una nueva forma de relación entre los poderes públicos y los ciudadanos, basada en la transparencia, basada en la participación y basada en la colaboración.

Tanto en el ámbito del turismo como del comercio lo hacemos a diario y nos esforzamos en ello, abriendo espacios de diálogo con el sector turístico, con el sector comercial, con sus principales interlocutores.

Nos planteamos en la consejería, señora Pérez, que, una vez alcanzado el primer año de esta novena legislatura, era importante presentar un balance ante la ciudadanía, en el que se recogieran las principales

actuaciones que se han desarrollado o impulsado desde la consejería, tanto en el ámbito turístico como el ámbito comercial; un balance en el que, de forma resumida, trasladáramos a la ciudadanía los principales..., las principales actuaciones que hemos llevado a cabo, explicando cómo funciona nuestra estructura orgánica, quiénes la forman, cuál es el equipo humano que estamos al frente de la consejería, cuáles son las principales líneas de actuación que hemos desarrollado, los principales objetivos, etcétera. Un documento que sigue estando disponible, como le decía, en nuestra página web y en los perfiles de las redes sociales, porque, como les decía, el concepto de gobierno abierto, de gobierno transparente, no se reduce solo a la relación presencial con el conjunto de los administrados, con el conjunto de los ciudadanos, sino que tiene pilares importantes en todos los instrumentos que las nuevas tecnologías ponen a nuestra disposición para relacionarnos, y sobre todo, señora Pérez, para un concepto fundamental, que es dar cuenta; dar cuenta de forma permanente, de manera continua, de nuestra gestión; dar cuenta de manera permanente, de manera continua, de lo que hacemos; de lo que no hacemos también, y de por qué no lo hacemos, y recibir —y esto es importante—, de manera directa, las sugerencias, las propuestas y las críticas de la ciudadanía, porque en eso consiste el Gobierno, al menos para quien les habla y para la formación política en la que quien les habla milita, para Izquierda Unida: en estar en permanente relación con la ciudadanía, dando cuentas y recibiendo sus propuestas, sus críticas y sus quejas.

Por eso, señorías, en este proceso de Andalucía..., de La Consejería Responde, los altos cargos de la consejería han ido a todas las provincias para tener contacto directo con todos los agentes y con todos los interlocutores del sector turístico y del sector del comercio, con todo el que quisiera, que no había que llevar acreditación previa, ni presentar la invitación, con todo el que quisiera participar y compartir con nosotros esos momentos de reflexión y de propuestas.

Las sociedades de hoy demandan gobiernos transparentes y responsables socialmente, que rindan cuentas claras sobre las funciones que tienen a su cargo. Hemos procurado estar a la altura de ese reto.

Por tanto, señorías, el contenido de estas jornadas era hacer en nuestra consejería, si me permite la metáfora, una consejería con paredes de cristal; hacer accesible nuestro día a día, nuestra acción política, y los actores que la ejecutan, y hacerlo todo ello de manera clara para la ciudadanía.

Más de quinientas personas han acudido a estos encuentros, repitiéndose constantemente en todos ellos la relación que tiene que existir entre quien gobierna y quien pone a los que gobiernan: los ciudadanos; una relación dialéctica, donde a veces hay aplausos y donde a veces hay críticas. Y tan importante es asumir los aplausos —que tengo que reconocer que siempre es más fácil— como asumir e integrar la crítica, que es imprescindible para corregir y para avanzar. Es la experiencia de esta primera puesta en marcha de la campaña Andalucía..., de La Consejería Responde, y será la antesala de la que vamos a hacer, si ha lugar, en cada uno de los años de esta legislatura.

Gracias.

## La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero. Se ha ajustado usted muy bien al tiempo.

Y decirle a la señora Pérez, si quiere hacer uso de un segundo turno, que dispone de cuatro minutos.

## La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Bueno, señor consejero, no esperaba menos por parte de la Consejería de Turismo y Comercio.

La democracia del siglo XXI debe seguir avanzando hacia una nueva forma de relación entre lo que son poderes públicos y, como usted bien ha dicho, los ciudadanos y ciudadanas, que son los que, en definitiva, nos ponen a los que estamos aquí, ¿no? Y todo ello basado en una transparencia, en participación y en la colaboración.

Creo que debería tomar ejemplo el presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, que cuando comparece lo hace a través de televisiones de plasma, y no lo hace pues como lo hace nuestro consejero, en las distintas provincias, como bien ha dicho, en reuniones abiertas, sin previa invitación, con lo cual ninguno de los asistentes está preavisado de lo que se va a tratar, simplemente para aportar, para criticar y, sobre todo, para enriquecer el trabajo de la consejería.

La consejería ha sido pionera en este tipo de iniciativas, ya que en ninguna otra legislatura nadie lo ha hecho, tampoco ninguna consejería; por tanto, es algo de lo que debería tomar nota el resto de consejerías y acercarse a la ciudadanía.

Ha tenido muy buena acogida y se ha agradecido bastante, por parte de todos los asistentes, esta iniciativa de rendir cuentas al pueblo, de escuchar al sector del turismo y del comercio, pues para, como usted bien ha dicho, mejorar en lo que no exista ese..., o donde exista ese descontento por parte de la ciudadanía, de tener, pues..., poner a disposición de los ciudadanos que tengan esa participación que tanto se ansía. Y, por tanto, esa valoración ha sido muy positiva, por lo que conlleva ese acercamiento y la relación directa que ha podido tener todo el que ha asistido a estas jornadas, con los altos cargos directamente de la consejería.

Sí hay una debilidad, y por eso tenemos que seguir trabajando, quizás porque la ciudadanía no está acostumbrada a que nadie de la consejería se dirija de una forma tan cercana como se ha hecho en estas ocho reuniones. Por tanto, habrá que seguir trabajando en aras de que los ciudadanos nos vean cercanos, en aras a que somos parte del pueblo y que los problemas son tanto de ellos como de los que..., como de los gobernantes.

Sí es verdad que han sido unas jornadas valoradas con éxito, y además yo entiendo, por las palabras que se deducen y por este documento que está colgado en la web, en aras también de la transparencia, que han sido enriquecedoras, para que sirvan, pues, para en un futuro seguir haciendo estas reuniones, que creo que serán para bien, que aportarán a la consejería, y si algo no se está haciendo como parece correcto, pues, ya desviarán para que siga en otra línea. Por tanto, por parte del Grupo Parlamentario de Izquierda, agradecer esta iniciativa, agradecer que parta de la Consejería de Turismo y Comercio, liderada por Izquierda Unida, y felicitarlo por la parte que nos corresponda.

Muchas gracias.

## La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez.

### 9-13/POC-000602. Pregunta oral relativa a la nueva campaña de publicidad del destino Andalucía

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Entramos en la pregunta con ruego de respuesta oral, relativa a la nueva campaña de publicidad del destino Andalucía. La formula el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, y tiene la palabra para ello la señora Pérez.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, Presidenta.

Señor consejero, la Consejería de Turismo y Comercio presentó, en su momento, un concurso público para licitar una nueva campaña de promoción de la marca Andalucía. Con esta campaña, que estaba dotada de un presupuesto de 661.000 euros, la consejería pretendía ahondar en la consolidación como destino turístico de nuestra comunidad. Por tanto, nos gustaría saber, desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, qué motivos han llevado a esta consejería a comenzar una nueva campaña de promoción y qué objetivos se persiguen con ella.

Muchas gracias.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez.

Tiene la palabra el señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Pérez.

Terminaba la anterior comparecencia diciendo que lo que había que concluir de los buenos datos turísticos era la necesidad de trabajar, trabajar y trabajar para seguir posicionando a Andalucía con fuerza en los mercados turísticos. Y en ese contexto de trabajar, trabajar y trabajar, se enmarca la nueva campaña a la que su señoría hace referencia.

El eje de esta campaña es el conjunto de la acción, de manera que su mensaje y creatividad afecta de lleno a la totalidad de las estrategias planteadas tanto en el Plan Director de Marketing, en vigor, como el próximo Plan Director de Promoción Turística 2013-2016, que será puesto en marcha en próximas fechas.

El motivo principal es dotar de nuevas herramientas creativas y publicitarias a la consejería..., bueno, a Andalucía, como destino turístico, para su adecuada promoción tanto a nivel nacional como internacional. Renovar para seguir siendo fuertes.

Otros objetivos son incrementar la notoriedad de la marca turística de Andalucía como destino turístico de referencia, en cuanto a la innovación en la comunicación publicitaria, la diferenciación en la comuni-

cación respecto al resto de destinos turísticos nacionales... Esta diferenciación se basará en la elegancia, en el estilo, en la belleza, en la imaginación, en los códigos visuales, audiovisuales, radiofónicos y digitales propuestos. Adaptabilidad de las diferentes piezas creativas a los diferentes mercados y públicos de referencia, tanto a nivel visual como idiomático. Lograr que la campaña incluya una propuesta creativa, enfocada a los diferentes medios digitales y, fácilmente, adaptada a los formatos y requisitos turísticos más usuales del entorno *on line*.

Respecto al mercado, esperamos que esta nueva campaña creativa nos ayude a afianzar la posición de liderazgo dentro del mercado nacional que, actualmente, Andalucía tiene. Los datos, muy positivos, que hemos dicho anteriormente que son muy positivos en cuanto a resultados y magnitudes, tienen un pequeño problema a la hora del análisis futuro, y es que llega un momento en que es difícil superarlos, y es difícil seguir mejorando estadísticamente los datos. Nuestro objetivo es que así sea. Y, en ese sentido, ponemos en marcha instrumentos como este. Pero tengo que decirles que, cuando estamos hablando de cuotas de mercado nacional del 25%, del conjunto de España, llega un momento donde es difícil seguir superando esos niveles y esas cuotas.

Potenciar el desplazamiento turístico interno dentro de la región, afianzando el segmento más importante cuantitativamente que conforma la demanda turística de Andalucía, que son los propios andaluces y andaluzas. Recuperar cuotas de mercado respecto a nuestros competidores en el mercado internacional, especialmente, los mercados de Reino Unido, Alemania, Francia y Portugal. Posicionar la imagen de la marca Andalucía en los mercados emergentes y secundarios internacionales, donde ahora tenemos menos presencia.

Cabe señalar, señorías, el ahorro que ha supuesto esta campaña con respecto a la anterior campaña de publicidad que actualmente está vigente. Hay que decirles que la anterior campaña tuvo un coste total de 2.541.068 euros, IVA incluido —entonces, era el 18% de IVA—. La campaña que se va a adjudicar de manera inmediata tiene un coste de 800.000 euros, IVA incluido —en este caso, el 21% de IVA incluido—.

Por lo tanto, estamos hablando de una campaña a la que se han presentado las agencias más importantes nacionales e internacionales, que va a suponer el poner a Andalucía, creo, en un escaparate todavía más atractivo, utilizando todas las plataformas posibles en todos los mercados turísticos, con un ahorro de más de un millón setecientos mil euros con respecto al actualmente vigente, que se enmarca en la estrategia que la consejería siempre ha puesto en marcha —y la señora Pérez y sus señorías la conocen—, que es la máxima eficiencia y la máxima eficacia, obtener el máximo de resultados con los recursos disponibles.

Esto lo hemos llevado a cabo y lo estamos llevando a cabo en todas las ferias en las que participamos, y también, cómo no, en una campaña de estas características, que va a suponer —como les decía— un buen instrumento para posicionar a Andalucía con fuerza, marcando todas sus fortalezas y aprovechando todos los instrumentos, con un coste bastante reducido y, por lo tanto, con un ahorro muy importante, que es imprescindible en estos momentos que vivimos.

Muchas gracias.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias a usted, señor consejero.

Tiene la palabra la señora Pérez.

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, Presidenta.

Señor consejero, me quiero quedar con la parte bonita de la nueva campaña creativa, como un instrumento para todos los andaluces y andaluzas, pero también me quiero quedar con la parte del ahorro.

Entiendo que usted siempre dice que es posible hacer más con menos dinero, y esto es un vivo ejemplo de cómo se puede hacer. Hablamos de un ahorro de más de un millón setecientos mil euros, y, por tanto, una cantidad bastante considerable. Y, por tanto, la consejería no renuncia a hacer esa campaña; es decir, hay que ahorrar, hay que optimizar los recursos. Y eso es lo que entendemos, desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, que ha hecho la consejería, pero sin renunciar a esa campaña que es tan necesaria para el turismo y para el comercio en Andalucía para que tengamos un afianzamiento de nuestra posición con el liderazgo que nos caracteriza, para que podamos potenciar ese desplazamiento turístico —como usted bien dice— interno hacia dentro de nuestra comunidad, recuperar esa cuota de mercado respecto a nuevos competidores; que, quizás, no sean tales, porque con los resultados que hemos visto en la comparecencia, vemos que somos de los primeros destinos. Y sí, es verdad, que la imagen de Andalucía esté presente, y cada vez más sea posible, a través de esta campaña, en el resto de mercados emergentes y secundarios internacionales.

Por tanto, nos congratula que se haya hecho un esfuerzo por parte de la consejería, y que en los tiempos en los que estamos, donde hay que hacer más con menos, como usted bien dice, pues, que seamos..., demostrar que somos capaces de hacerlo. Y si eso lo puede hacer una consejería aquí, en Andalucía, pues, podemos imaginarnos qué es capaz de hacer un gobierno con el presupuesto que maneja. Y podría tomar también ejemplo de hacer más con menos dinero, y no a base de recortar.

Muchas gracias, consejero.

### La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez.

## 9-13/POC-000669. Pregunta oral relativa al Plan Turístico de la ciudad de Málaga

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Entramos en la tercera pregunta con ruego de respuesta oral, relativa al Plan Turístico de la ciudad de Málaga, que efectúa el Grupo Parlamentario Socialista.

Para efectuarla, tiene la palabra el señor José Bernal.

El señor BERNAL GUTIÉRREZ

—Buenas tardes.

Señorías, consejero, el Consejo de Gobierno, tenemos noticias de que ha aprobado una aportación de 2.790.000 euros para el desarrollo de la segunda fase del Plan Turístico de la ciudad de Málaga. Por ello, nos gustaría que nos explicara qué actuaciones y proyectos se acometerán en esta segunda fase de dicho plan turístico.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Bernal.

Para responderle, tiene la palabra el señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señor Bernal.

Efectivamente, el turismo es un eje estratégico para el desarrollo económico y social de nuestra comunidad, y también, cómo no, de la ciudad de Málaga.

Málaga no era un destino turístico de ciudad hasta principios de los años 90 del siglo pasado. El Plan Turístico de Málaga ha contribuido a potenciar la ciudad como destino turístico. Este plan, les recuerdo, se proponía en su inicio, y se sigue proponiendo, conseguir los siguientes objetivos: la creación de producto turístico o mejora del existente, el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local, y la creación, mantenimiento y mejora del espacio turístico.

En virtud de dicho plan, que ha comprendido y comprende diversas actuaciones en materia turística en el centro de la ciudad, la consejería contribuía con un 60% del total de las aportaciones, y el ayuntamiento, receptor de dicha subvención, cofinanciaba el 40% restante. Este convenio, entre la Junta de Andalucía y el ayuntamiento, finaliza en el 2015. Por lo tanto, estamos ante la última etapa del Plan Turístico de Málaga.

Respecto a la ejecución de las actuaciones comprendidas en la segunda fase del plan turístico de la ciudad de Málaga, le comunico que se desarrollará a lo largo de los próximos 16 meses y alcanzará una inversión total de 4.650.847 euros, de los que la Consejería de Turismo y Comercio aportará, y así lo tiene ya acordado por Consejo de Gobierno, 2.790.508 euros, es decir, el 60% y el ayuntamiento, el 40% restante.

Esto supone un esfuerzo económico que realiza la consejería atendiendo a la rentabilidad prevista y a los impactos turísticos positivos del mismo.

La principal actuación de esta segunda fase consistirá en la peatonalización y remodelación del entorno de la catedral, unos trabajos que contribuirán a hacer más atractivo, transitable y amable un lugar privilegiado del centro histórico de la ciudad, como es la catedral, uno de los..., el principal atractivo turístico de Málaga. El ámbito de esta renovación comprende la calle Molina Larios, desde la plaza del Obispo a la plaza de La Marina, Cortina del Muelle, acerado norte, postigo de los Abades, así como Cañón, Juan de Málaga y Charlie River. Se potenciará, a su vez, el club de productos, como el idiomático y el cultural.

Constituye una apuesta importante ofrecer experiencias innovadoras a los turistas y generar una estructura económica en el sector, que sirva además para luchar contra la estacionalidad. Asimismo, se destinarán 30.000 euros a acciones publicitarias y promocionales.

Estas actuaciones redundarán, sin duda, en la mejora del espacio turístico, la mejora de la competitividad, la creación de empleo y la consolidación de Málaga como capital turística, como capital del turismo cultural y urbano, que es lo que pretende el ayuntamiento en sus planteamientos y en sus propuestas.

Tengo que decirle, señor Bernal, que estamos a la espera de la firma del convenio y que quien tiene que decidir cuándo se firma es el alcalde de la ciudad de Málaga, y estamos a la espera desde el 24 de septiembre del mes pasado. Bien entendido sea que, si no se firma el convenio, no se podrá hacer efectiva la aportación. Y si no se firma el convenio, no se podrá incrementar, por lo tanto, los 2.700.000 euros acordados por Consejo de Gobierno. Quiero decir esto para que se entienda y se sepa. El Consejo de Gobierno ha acordado la aportación, pero la misma, para que se materialice, y por lo tanto se fiscalice, requiere como procedimiento previo la firma del convenio, y estamos a la espera de que el alcalde de la ciudad de Málaga así lo decida. Por nuestra parte, no hay ningún problema, bien entendido sea que, si no se firma antes de que se cierre el ejercicio presupuestario, no será posible la materialización del mismo.

Lo digo esto aprovechando su pregunta y agradeciéndole la oportunidad que me da para evitar que, si eso se produce, cosa que estoy seguro de que no se va a producir, quede claro en dónde reside la responsabilidad. Desde la secretaría general de Turismo se está poniendo en contacto con el Ayuntamiento de Málaga para agilizar la firma, pero, en fin, por nuestra parte no hay ningún problema. Ya lo dijimos, lo planteamos y lo reafirmamos hoy aquí. Creo que es una buena noticia para Málaga este plan turístico, que ya finaliza con este segundo plan de acción, cuyo resumen le he dicho con muchísimo, con muchísimo gusto.

Gracias.

### La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

El señor Bernal tiene la palabra.

### El señor BERNAL GUTIÉRREZ

—Gracias, presidenta.

Bueno, consejero, por lo que usted ha trasladado, lo primero que tenemos que pedir aquí es premura al alcalde de Málaga. Entendemos que, si esta inversión es positiva para la ciudad de Málaga, el alcalde de Málaga procurará en el más breve tiempo posible ponerse a disposición de la firma de ese convenio; si no, entonces, como alcalde no está cumpliendo con sus ciudadanos ni con la potencialidad que tiene la ciudad de Málaga.

Desde el Partido Socialista quiero trasladarle el reconocimiento que planes como este suponen para el impulso turístico de Málaga. Este plan turístico de la ciudad de Málaga complementa y continúa, como usted bien ha dicho, el primer plan que desde el año 2009 ha supuesto la potenciación del paquete turístico existente y el fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local en la capital malagueña.

Sí quiero destacar también, como usted ha puesto de manifiesto, que este plan es un ejemplo de colaboración institucional, con ese 60% de la Junta y ese 40% del ayuntamiento. Con lo cual, insisto, que sea verdaderamente un ejemplo de colaboración institucional por la parte que le toca al alcalde de Málaga.

Y es obligatorio decir, sobre todo los que conocemos Málaga, que hace años hubiera sido imposible imaginar una Málaga actual, de la que podemos decir perfectamente que es la capital del turismo cultural urbano de Andalucía. Todo surgió de aquella apuesta, como bien sabemos, por el Museo Picasso, ya que sobre él y su entorno se ha construido la oferta cultural de la ciudad.

Ha sido un interés de los diferentes gobiernos de Andalucía y es una gran satisfacción que siga siendo un interés para este gobierno, con la inversión que hoy se ha significado aquí, esa apuesta decidida por que Málaga siga siendo referente de la cultura urbana.

Así que muchas gracias, señor consejero, y nuevamente insistir, que creo que es el espíritu de esta comisión, en que el alcalde de Málaga se siente a firmar un acuerdo, un convenio que es importante para el futuro turístico cultural de la ciudad malagueña.

Gracias.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Bernal.

## 9-13/POC-000671. Pregunta oral relativa a la promoción en los mercados europeos

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Entramos en la cuarta pregunta con ruego de respuesta oral, relativa a la promoción en los mercados europeos, que formula el Grupo Parlamentario Socialista. Para ello, tiene la palabra el señor Vallejo.

El señor VALLEJO SERRANO

—Muchas gracias, presidenta.

Buenos días, o buenas tardes ya, consejero. Bueno, llevamos media mañana hablando del tema. Todo hace indicar que la industria turística consolida una tendencia de crecimiento a lo largo de los últimos meses y que debe seguir en esa línea también en los próximos.

Yo creo que a lo largo de estas semanas, desde el mes de julio para acá, han sido muy habituales en los medios de comunicación expresiones como: el verano vuelve a sonreír al turismo andaluz, como no lo hacía desde al menos hace un lustro; la comunidad registró los pasados meses de verano los mejores datos turísticos de los últimos cinco años. Andalucía ha tenido un agosto turístico récord, igual que ocurrió en el mes de julio, el mes de excelencia de la temporada, ha sido el mejor de la historia, con un incremento del 7% en el número de viajeros, etcétera, etcétera, en pernoctaciones y todos los datos habidos y por haber.

Según sus propias palabras, señor consejero, las cifras de los últimos meses reflejan que nuestra comunidad está en el camino adecuado en materia de promoción y en las acciones diseñadas para situar a Andalucía como uno de las principales opciones vacacionales para los más importantes mercados emisores.

Los datos confirman esta tendencia positiva, que empezó en mayo, después de muchos meses de caída, y vienen a confirmar precisamente ese liderazgo andaluz. Andalucía gana cuota de mercado, se convierte en el responsable del sostenimiento positivo de la estadística nacional, no solamente de la nuestra, sino de la nacional, de turistas españoles, parcela en la que claramente destacamos.

No voy a darle los datos, han sido muchos los que se han dado a lo largo de esta mañana y tampoco quiero llenar de porcentajes esta comparecencia.

Si se tienen en cuenta las estadísticas acumuladas de todo el verano, es evidente que Andalucía ha contribuido a cerrar en positivo todas las tablas nacionales sobre el turismo español. Usted mismo ha apuntado que la tasa de crecimiento nacional se basa, fundamentalmente, en el incremento que ha tenido Andalucía. Y a pesar de ser el mercado nacional aquel en el que Andalucía destaca claramente, también ha sido en el mercado internacional en el que hemos tenido un magnífico comportamiento en los últimos meses. Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que el turismo extranjero continúa al alza en los destinos andaluces y que lo hace, además, de una manera muy sustancial, es decir, crece más que en la mayoría de las comunidades españolas.

Sin embargo, señor consejero, y este sin embargo es lo importante, es en este mercado donde, en mi opinión, en nuestra opinión, tenemos más margen de crecimiento y, por lo tanto, donde todavía tenemos una dis-

tancia importante respecto a los principales destinos turísticos nacionales. Que no solamente están distantes de nosotros, sino que siguen creciendo incluso más que nosotros. El caso de Cataluña o el caso de Baleares o la Comunidad Valenciana son llamativos a este respecto.

Creemos que este es, precisamente, el mercado al que tenemos que dirigir un mayor esfuerzo, porque, además, va a tener incidencia en algunas cuestiones que usted expresa como preocupaciones de la consejería y que compartimos nosotros también. Por ejemplo, la calidad del empleo. Sin ninguna duda, mercados potencialmente de nivel alto, desde el punto de vista económico, inciden directamente en la calidad del empleo en el sector turístico andaluz y, por tanto, hay una relación causa efecto muy significativa en este sentido. Mercados prioritarios tradicionales, como Reino Unido, como Alemania o como Francia; o estos mercados emergentes, que están creciendo con dos dígitos, como Rusia, Finlandia, Dinamarca, los países escandinavos, la República Checa, Polonia, o Ucrania, tienen un potencial de crecimiento muy significativo y requieren, en este sentido, desde nuestro punto de vista, un esfuerzo, un trabajo continuo de promoción para conseguir niveles de crecimiento altos, que sirvan para equilibrar, para dotar de un mayor equilibrio el origen de nuestros visitantes, entre el mercado nacional y el mercado europeo.

De ahí la pregunta que hoy le formulamos de qué acciones tiene prevista la consejería para, precisamente, promocionar la oferta andaluza en estos mercados europeos.

Muchas gracias.

### La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Vallejo.

Para responder a su petición tiene la palabra el señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora presidenta.

Coincido con toda la reflexión que el señor Vallejo ha realizado en su exposición. Efectivamente, el mercado internacional es un mercado muy importante para Andalucía, en el que el periodo de mayo a agosto estamos evolucionando de una manera muy positiva.

He dicho anteriormente que el crecimiento en ese periodo, en Andalucía, en alojamientos hoteleros, ha sido del 7,4%, cuando la media en España ha sido del 4,1%, es decir, hemos crecido prácticamente el doble que la media de España. Pero es que si analizamos las comunidades más competitivas o que compiten con Andalucía en destino turístico, solo en ese periodo, solo Valencia ha crecido un poquito más que Andalucía, un 8%; pero hemos crecido más que Cataluña, que ha crecido un 6%; que Canarias, que ha crecido un 5,8; o que Baleares, que solo ha crecido un 0,7%.

Por lo tanto, significa que en este periodo de tiempo el turismo internacional en Andalucía ha evolucionado también muy positivamente. No le hemos dado anteriormente la dimensión que a lo mejor merecían estos datos, porque los resultados del turismo nacional han sido especialmente significativos y espectaculares, por lo que significa de que solo ha sido una tendencia positiva en Andalucía; pero el que no le hayamos dado en

la anterior comparecencia la importancia y el tiempo que estos datos necesitan, no significa que no le demos y lo valoremos en la misma dimensión que su señoría ha hecho en su exposición.

La promoción de la oferta de Andalucía en los mercados europeos constituye un elemento fundamental para seguir manteniendo la notable crecida de viajeros y viajeras que año tras año eligen Andalucía como lugar donde pasar sus vacaciones. El mercado europeo es un emisor clave en la estrategia promocional y uno de los principales objetivos de las actuaciones previstas. En lo que va de año son más, por ejemplo, de setecientos mil los viajeros y más de tres millones quinientas mil las pernoctaciones en Andalucía procedentes de Gran Bretaña. Lo cual pone de manifiesto la importancia de este mercado emisor, para Andalucía, como destino turístico. Asimismo, llegan prácticamente 2.500.000 viajeros alemanes a Andalucía, dando lugar a más de quinientas mil pernoctaciones. Significativo es también el mercado ruso, uno de los mayores crecimientos experimentados en los últimos años, incremento que ha continuado también en el presente ejercicio; así entre enero y julio los establecimientos hoteleros de la comunidad recibieron un 25,1% más de viajeros rusos, prácticamente un 10% más de pernoctaciones como consecuencia de estos viajeros.

También quiero recordarle que, desde principios de septiembre, la Consejería de Turismo y Comercio ha abierto una oficina de turismo permanente en Moscú, para trabajar de manera continua ha abierto —lo digo para la señora Alarcón y el resto de los miembros del Partido Popular, que siempre critican cuando se hace algo y se alarman cuando se hace, porque eso puede suponer costes añadidos—, se ha abierto, sin que suponga ningún coste añadido al presupuesto de la Empresa Pública de Turismo Andaluz, sino que se ha abierto, en el marco de la colaboración y de la coordinación, con Turespaña, y en el marco de la optimización de los recursos propios y del personal propio de la empresa pública.

Y digo esto porque el mercado ruso... en política —su señoría lo sabe perfectamente— y en la vida, nada sucede por casualidad. No es casual que el 60% de los turistas rusos elijan Cataluña. Y no es casual que más del 60% de las pernoctaciones provocadas por los turistas rusos elijan Cataluña. Y eso es así porque la comunidad catalana está trabajando en el mercado ruso de manera permanente desde hace diez años; cosa que en Andalucía no hemos hecho y que ahora queremos empezar a hacer. Por eso, le llamo la atención sobre este elemento de crear una oficina permanente en Moscú, para trabajar permanentemente este mercado, que es uno de los que tienen mayor potencialidad de crecimiento en el presente, en el futuro más inmediato y en el futuro más mediato.

Dicho esto, en el periodo enero-septiembre de 2013 se han realizado, dentro del Plan de Acción acordado con todos los patronatos de turismo de Andalucía, 337 acciones promocionales, de las cuales, 200 se enfocan a mercados europeos: Alemania, con 48 acciones; Reino Unido, con 27, y Francia, con 22, son los tres mercados europeos sobre los cuales se han realizado más actuaciones promocionales. Habrá visto su señoría que coincide con los tres mercados emisores más importantes, en este momento, del turismo internacional.

Estas acciones tienen las más completa y diversa índole y naturaleza: ferias, emisiones comerciales, acciones al consumidor, congresos, acciones inversas, bolsas de comercialización, campañas de comunicación, comunicación digital, patrocinio, redes sociales, la propia web de Andalucía, etcétera. En definitiva, una gran variedad en acciones promocionales que se mantendrán en el resto del año y que se incluirán, muchas de estas y otras más, dentro del Plan de Acción 2014, se incluirán en el marco de las directrices que se establezcan en el Plan Director de Promoción Turística 2014-2016, y a pesar de las dificultades presupuestarias,

señor Vallejo, y a pesar de que el sector privado sigue sin apostar económicamente a la promoción turística, los recursos que hace en otro lugar y que debiera hacer aquí. A pesar de todo ello, estamos haciendo esfuerzos importantes, en el marco de la negociación presupuestaria, para que la promoción turística no se resienta de las consecuencias directas que tiene las políticas del Partido Popular de reducción de 1.200 millones de euros en el capítulo de gastos del presupuesto de Andalucía.

Por lo tanto, estamos trabajando intensamente para que, en el año 2014, la promoción turística en Andalucía cuente con los recursos públicos, públicos, suficientes para seguir estando en todos los lugares donde debemos estar.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Para responder al consejero, advertirle que ha consumido usted en su primer turno todo el tiempo disponible.

El señor Vallejo dispone de un minuto.

### El señor VALLEJO SERRANO

—Gracias, presidenta.

No tengo intención ni de agotarlo.

Darle las gracias al consejero por su información.

Nosotros creemos que igual que el Plan de Acción 2013 se centró bastante en unos buenos resultados, en conseguir buenos resultados de cara al mercado nacional, a la consecución de un fortalecimiento del turismo nacional, el Plan de Promoción Turística 2014-2016, que, por lo que ha comentado, está prácticamente a punto de aprobarse, seguramente tendrá que poner el acento en estos mercados potenciales donde tenemos gran capacidad de crecimiento, donde tenemos oportunidades clarísimas, donde la promoción es fundamental. Y, desde luego, estoy con usted cuando manifiesta la necesidad de que se incorpore a esa promoción el sector privado, y que por lo tanto haya un fortalecimiento de nuestra capacidad de atracción, en ese sentido, ya que, desde otros lados o desde otras instituciones, no tenemos ese apoyo.

En mi opinión, hay que volcarse en estos mercados, capacidad tiene Andalucía para ser atractiva, y las acciones de promoción son importantes, pero también, probablemente, la eliminación de algunas trabas de comunicación, de accesibilidad, etcétera, que desde algunos países podemos tener por la dificultad de, evidentemente, nuestra distribución territorial y poblacional es distinta de Cataluña, y eso dificulta, en muchas ocasiones, el acceso de viajeros desde ciertos lugares europeos a nuestra tierra.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Vallejo.

## 9-13/POC-000673. Pregunta oral relativa al turismo joven

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta con ruego de respuesta oral en comisión relativa al turismo joven. Corresponde al Grupo Parlamentario Socialista, y para formularla tiene la palabra la señora Aguilera.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, presidenta.

Señor consejero, llevamos toda la mañana hablando de este sector y, especialmente, de los buenos datos que ha ofrecido también durante esta campaña de verano, de la que, desde luego, nos felicitamos el Grupo Socialista.

Pero ha incidido en algo que yo quiero destacar, porque creo que..., es decir, no debemos conformarnos, sino que debemos seguir trabajando como creo que lo está haciendo desde su consejería y desde el Gobierno de Andalucía. Trabajando para reforzar las potencialidades que tiene nuestra comunidad autónoma y mejorar también nuestras debilidades y, en esa línea, mejorar esas potencialidades y, bueno, atender y mejorar también las debilidades. Yo quería hacerle hincapié, en la pregunta, al referirme sobre todo a esa campaña específica, que creo que, además, en estos momentos se está desarrollando, porque creo que la finalización era en torno..., cercana a estos días, en esta semana, referida al turismo joven, que están realizando ustedes en su consejería, conjuntamente con Cetursa, con la empresa pública que gestiona Sierra Nevada.

Sierra Nevada, desde luego, ofrece unas características especiales, porque es una estación del sur de Europa que reúne, pues, bueno, está cerca de muchas ciudades, aparte de la ciudad de Granada, ciudad con mucho interés turístico en el ámbito nacional, en el ámbito europeo y que, por tanto, todas las campañas que hagamos, evidentemente, van a redundar en la mejora de este sector turístico en Andalucía.

Esta campaña es una campaña muy específica —entiendo yo, y ahora usted se referirá a ella—, es decir, muy específica dirigida a los jóvenes; pero, además de dirigida a los jóvenes y a la promoción en universidades, según tengo entendido, va dirigida a esos jóvenes donde se les dará la posibilidad de que participen, bueno, de determinadas promociones que ya tiene Cetursa, que ya tiene Sierra Nevada para que vayan los jóvenes durante la campaña de invierno, con esos *forfaits* que se les oferta a los estudiantes universitarios.

Yo quisiera saber, es decir, qué medios están utilizando, cómo se refiere esta campaña, que será, supongo, itinerante durante las diferentes ciudades. Y quiero destacar, además, el esfuerzo que se está haciendo con sacarle un mayor partido al que ya tiene, como interés estratégico de la comunidad la propia sierra, en el que ustedes participaron también en una campaña para dar a conocer y para facilitar el conocimiento y el acceso a la sierra cuando se hizo el alargamiento de la propia campaña de invierno ya en el periodo de primavera, y que es menos conocido por los esquiadores, y ahí también se hizo una campaña por parte de su consejería que contribuyó también pues a difundir esas semanas últimas, bueno, pues que ya el esquiador habitual no suele ir, pero que sí ha acercado también a esa temporada y que ha favorecido mucho

a que dé buenos resultados también el turismo que ha tenido Sierra Nevada no solo en el invierno, en la primavera, incluso en el verano.

A todo ello han contribuido estas campañas que realiza, conjuntamente, su consejería con la empresa pública Cetursa.

A lo que me quiero referir, especialmente, es a la estación promocional referida al turismo joven, referida a los jóvenes, cómo acercarse a ella, para hacerla atractiva por los productos que pueda ofrecer, como el subidón que tiene, que oferta Cetursa a Sierra Nevada, que yo creo que es muy atractiva para la gente joven, y, bueno, darle, dentro de sus posibilidades, porque también conoce usted perfectamente, como yo, que los jóvenes universitarios, o al menos muchos de ellos, cada vez tienen menos posibilidades adquisitivas que hace que a determinados productos ya les cueste trabajo llegar. Ya, si les cuesta trabajo pagar las tasas universitarias a ellos, a sus padres, pues otro tipo de actividades también, sin duda.

Pero yo creo que es una iniciativa muy interesante acercar este turismo a los jóvenes y a dar a conocer lo que es la estación del sur de Europa, dar a conocer Sierra Nevada.

Quería conocer, específicamente, y dar a conocer, a su vez, ya que está ahora mismo esta campaña en marcha, qué tipo de actividades está realizando para acercarse a esos jóvenes universitarios y a esas ciudades en las que están desarrollando esta campaña de turismo joven.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Aguilera.

Le hago saber que ha agotado usted todo su tiempo en el primer turno.

Para contestarle a su señoría, tiene la palabra el señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

Señora Aguilera, coincido con sus palabras y con sus reflexiones. Sierra Nevada constituye un patrimonio absolutamente fundamental de Andalucía para fortalecer su proyección turística, y, en ese sentido, desde la consejería y desde el Gobierno de Andalucía, desde el primer momento, se está trabajando siendo conscientes de que un segmento fundamental de nuestra oferta turística es el segmento que ofrece Sierra Nevada, con todas sus posibilidades y con toda su dimensión, y en ese sentido hemos colaborado, efectivamente, en este año en múltiples actuaciones y vamos a seguir colaborando en el futuro.

Y prueba de ello, de esa importancia y de esa reflexión, es el objeto de la pregunta que su señoría me hace, que es la primera vez..., una campaña que es la primera vez que se ejecuta con estas características y que tiene como horizonte, vuelvo a insistir, lo que decía al final de mi comparecencia: cuando las cifras turísticas son muy positivas, la mejor receta es trabajar, trabajar y trabajar, y trabajar tocando todos los palos y tocando todos los segmentos y tocando todas las opciones posible para que, en cada uno de esos palos, de esos segmentos y de esas opciones, Andalucía esté absolutamente posicionada. Y en ese

sentido y en ese contexto se enmarca el objeto de su pregunta. Como usted indica, desde la empresa pública para el turismo se está realizando actualmente, junto con Cetursa, una acción destinada al turismo joven en universidades españolas, posicionando Sierra Nevada como un producto turístico ideal para este importante nicho de mercado.

En esta opción se promociona el destino Andalucía en conjunto. Persigue reforzar el posicionamiento de Andalucía para los universitarios españoles como un destino que reúne todas sus demandas, con productos como el producto activo, como el turismo cultural o el turismo de ocio, entre otros, pero teniendo especial relevancia en el marco de esa campaña el segmento turístico de la nieve.

Esta promoción tiene un marcado carácter itinerante, ya que se lleva a cabo, principalmente, con un autobús de grandes dimensiones, con vinilos muy visuales y explicativos sobre el motivo de la acción.

Este autobús tematizado se ubicará en espacios..., se ubicará, se está ubicando ya en espacios estratégicos de los diferentes campus y generará un elevado impacto visual y desplegará las diferentes actividades para la discusión de los atractivos de Andalucía como destino turístico.

El interior del autobús se constituye como un espacio visitable, en el que conocer las distintas propuestas que reúne Andalucía en varios soportes, además de contar con ordenadores en los que los estudiantes podrán reflejar cuál sería su escapada ideal para Andalucía, para compartirla en la red, mientras que el exterior forma un espacio lúdico en el que se instalan diversos soportes promocionales, una zona de imágenes del destino en grandes dimensiones para que los jóvenes puedan tomarse fotos —si quieren, lógicamente— en lugares característicos de la comunidad y un espacio con pantallas táctiles para vitalizar la experiencia.

Esta campaña tuvo su inicio el pasado lunes 30 de septiembre y finalizará el próximo 18 de octubre, habiendo recorrido 15 universidades de 13 ciudades españolas: primero visitó la localidad de Badajoz y, al finalizar, habrá visitado las ciudades de Cáceres, Salamanca, Valladolid, Burgos, León, Ciudad Real, Albacete, Cuenca, Castellón, Valencia, Alicante y Murcia, llegando a una quincena de universidades que suman más de doscientos veinte mil alumnos.

Por su parte, Sierra Nevada difundirá el subidón, el forfait especial para la comunidad universitaria, que funciona en la estación granadina desde hace varias temporadas. Así podrán informarse sobre esta promoción, darse de alta y adquirir algunos de los tres productos vinculados a la tarjeta forfait subidón.es, para lo cual será imprescindible presentar la matrícula del curso académico 2013-2014.

Adicionalmente a esta campaña itinerante, mediante el bus promocional, se realizan campañas *on line* en las principales redes sociales, en todas, y teniendo también como herramienta base una web especialmente realizada al efecto, que también está a disposición de todos los usuarios. Por lo tanto, es un instrumento más que desde la Consejería de Turismo, junto con Cetursa, hemos puesto a disposición de la promoción turística de Andalucía para estar presentes en un nicho de mercado importante, con dificultades, como su señoría bien ha expresado, como consecuencia de múltiples factores —y me adhiero a cada uno de los que ha dicho—, pero un nicho de mercado en el que Andalucía también debe estar presente. Ese es nuestro objetivo, y hasta ahora tengo que decirle que la campaña está siendo bastante positiva en cuanto a los objetivos que nos habíamos marcado. Esperemos que sea positiva en cuanto a los objetivos finales, y es que vengan, tengan resultados en cuanto a visitantes y pernoctaciones.

Muchas gracias.

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

---

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

  

---

### 9-13/POC-000675. Pregunta oral relativa a los premios Andalucía de Comercio Interior

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Como se ha agotado el tiempo también por parte de su señoría, pues pasamos a la siguiente pregunta con ruego de respuesta oral, también correspondiente al Grupo Parlamentario Socialista. Es relativa a premios Andalucía de Comercio Interior. Para formularla, tiene la palabra la señora Colón.

Tiene su señoría la palabra.

La señora COLÓN LOZANO

—Muchas gracias, señora presidenta.

La actual situación de crisis que está afectando a todos los sectores sociales y económicos de nuestro país y, cómo no, de Andalucía. El comercio interior de nuestra comunidad no está al margen de las influencias negativas que están sufriendo otros sectores. Además de la afección de la crisis, el sector del comercio interior se ve afectado por otras razones singulares, como son los cambios que se han ido produciendo en los hábitos y las pautas de consumo de la población, los cambios demográficos, la emigración, las modificaciones de las estructuras familiares y otros muchos factores de cambio que, sin duda, obligan a los empresarios y comerciantes del sector a hacer sobreesfuerzos para no perderse en el camino.

Las medidas del Gobierno del Partido Popular no están ayudando para nada al comercio, todo lo contrario. El comercio se siente muy afectado por las medidas de asfixia a las que está sometiendo el Gobierno del señor Rajoy; como, por ejemplo, la reforma laboral, que ha excluido a miles de personas, ha echado a miles de personas al desempleo; la subida de los impuestos; la reducción, al mismo tiempo, de las prestaciones sociales que antes venían percibiendo, como son las becas, los productos farmacéuticos... Un largo etcétera que ha hecho que las familias y las personas se hayan perjudicado de una manera muy importante en la capacidad de gasto de las familias, y eso, indudablemente, repercute muy directamente y muy negativamente en el sector del comercio, que está muy castigado.

Por eso al Grupo Parlamentario Socialista, a priori, nos parece que es una buena señal que este Gobierno, el Gobierno andaluz, apoye al comercio interior y a sus actores. El hecho, por ejemplo, de que se reconozca su trabajo, esfuerzo y dedicación para seguir prestando un servicio en Andalucía a pesar de la actual coyuntura nos hace sentir satisfacción y nos señala y nos indica el apoyo de este Gobierno al comercio.

¿Podría usted explicarnos, señor consejero, cuál es la finalidad específica y el objetivo de estos premios?  
Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Colón.

Tiene, para responderle a su señoría, la palabra el señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, presidenta.

Efectivamente, señora Colón, el día 22 de julio se publicó en el *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía* la Orden de la consejería que establecía por primera vez el procedimiento para la concesión de los premios Andalucía de Comercio Interior. Con esta iniciativa, y teniendo en cuenta el contexto de enormes dificultades y grandes esfuerzos para el sector comercial andaluz, la consejería ha tenido como finalidad reconocer y poner en valor el trabajo que realizan día a día las empresas comerciales, las asociaciones de comerciantes, las entidades locales y los trabajadores y trabajadoras del sector.

El sector comercial andaluz es un pilar clave de nuestra economía y posee la importante capacidad de revitalizar, impulsar y dinamizar la vida social y económica de nuestros municipios. Ya el turismo en Andalucía contaba con sus propios galardones desde 2005 y ha considerado oportuno la Consejería de Turismo y Comercio introducir, como novedad, también estos galardones, estos reconocimientos a todo el sector comercial.

Los premios cuentan con cuatro categorías que se identifican con los principales destinatarios de la política de comercio interior que desarrolla la consejería.

Así contarán con reconocimiento los ayuntamientos andaluces que han venido realizando actuaciones relacionadas con la renovación y el desarrollo urbano en materia comercial, especialmente en los cascos históricos de los municipios. En este sentido, aspectos como la accesibilidad y la movilidad en calles comerciales, la puesta en marcha de actuaciones innovadoras en zonas comerciales, la existencia de convenios de colaboración con organizaciones de consumidores y usuarios, o la mejora de los mercados de abastos, serán valorables. En las candidaturas que opten a esta categoría se valorarán aspectos como la realización de planes integrales de mejora de equipamiento comercial, el desarrollo de actuaciones tendentes a facilitar la accesibilidad y la movilidad, etcétera.

La segunda categoría de premios va destinada a la empresa comercial andaluza. Con ello la consejería apuesta por el desarrollo y la modernización empresarial. En esta categoría de premios el jurado valorará aspectos como la utilización de nuevas tecnologías, la implantación de planes de igualdad, la formación continua de los trabajadores del sector, los sistemas de ahorro energético, la calidad, etcétera.

La cooperación empresarial también cuenta con una modalidad en estos galardones a través de los centros comerciales abiertos, un formato que ya cuenta con un procedimiento específico de reconocimiento, como su señoría sabe, que otorga la consejería, que ya han obtenido 27 centros comerciales en todas las provincias de Andalucía en estos momentos. En este sentido, la categoría de Premio de Andalucía del Comercio Interior a Centros Comerciales Abiertos tiene como objetivo reconocer el asociacionismo comercial orientado a la promoción y al fomento de este formato en Andalucía. En las candidaturas serán valorados aspectos como la labor de la gerencia, el impulso de una imagen de conjunto, la aplicación de las nuevas tecnologías, o los servicios ofrecidos a las empresas que lo integran.

Como cuarta categoría será reconocido el trabajador o trabajadora que haya desarrollado una trayectoria profesional vinculada al sector comercial, teniéndose en cuenta su especial dedicación y su formación.

La Dirección General de Comercio ha trabajado conjuntamente con todos los agentes del sector en la elaboración de las bases reguladoras de estos premios; por lo tanto, quiero decirle que son bases acordadas,

consensuadas con todo el sector, integrando, por lo tanto, en el texto todas las aportaciones y sugerencias que nos han hecho llegar. Además, siguiendo la línea de participación y diálogo, todos los agentes, sus interlocutores, tendrán lugar en el jurado. Las organizaciones empresariales, los sindicatos más representativos, las organizaciones de consumidores y usuarios, las cámaras de comercio, o la Federación Andaluza de Municipios y Provincias, estarán representados en el jurado junto a la propia consejería para entre todos acertar en las distinciones y, sobre todo, que las distinciones sirvan para estimular lo que pretendemos con ellas, que es al pequeño comercio, al comercio tradicional, a su asociacionismo, a su modernización y a la optimización de los recursos y a la mejora de sus canales de comercialización.

Nada más y muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Entiendo, por el gesto, que la señora Colón renuncia a su segundo turno.

---

## 9-13/POC-000712. Pregunta oral relativa a la temporada de esquí Sierra Nevada 2013-2014

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pues entonces pasamos a la siguiente pregunta con ruego de respuesta oral en comisión establecida en el orden del día, en este caso corresponde al Grupo Parlamentario del Partido Popular Andaluz, y es relativa a la temporada de esquí de Sierra Nevada 2013-2014. Para formularla tiene la palabra la señora Martín Pérez.

Tiene su señoría la palabra.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, señora presidenta.

Señor consejero, falta escasamente un mes y medio, si las circunstancias climatológicas lo permiten, y ojalá lo permitan, para la apertura de la temporada de esquí 2013-2014 de Sierra Nevada. Por lo tanto, entendemos desde el Grupo Parlamentario Popular que es muy oportuno que hoy le formulemos esta pregunta, una pregunta que es fruto no solamente del interés que tiene el Partido Popular por la estación de esquí de Sierra Nevada, sino que también es fruto de las conclusiones que extraemos de una reunión que mantuvimos recientemente, este grupo parlamentario, junto con nuestra portavoz, a la que le agradezco la presencia, en Granada con empresarios y trabajadores, donde intentamos trabajar para planificar con la antelación suficiente la temporada próxima de esquí de Sierra Nevada.

Por ello, como le decía, es del interés, prácticamente, de todos conocer cuál va a ser la hoja de ruta que va a seguir su consejería en materia, principalmente, de promoción para la próxima temporada de esquí 2013-2014.

Gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Martín.

Para responderle tiene la palabra el señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora presidenta.

Efectivamente, si su señoría se ha reunido con los empresarios y con los interlocutores sabrá, porque se lo habrán trasladado, que desde la consejería, desde la delegación territorial, se está trabajando de manera permanente y continua para facilitar la adecuada promoción turística de Sierra Nevada en todos los mercados como segmento fundamental de nuestra oferta turística.

Ya lo hemos hecho en el 2012, en el que hemos promovido más de dieciocho viajes de prensa especializada en turismo, viajes y nieve, que ha movilizó una treintena de medios de comunicación, la mayoría, por cierto, británicos. En las acciones comerciales se incluían también cinco viajes de familiarización a la estación de turoperadores y agencias de viajes españolas y europeas. Sierra Nevada ha participado en un total de nueve ferias de turismo internacional: siete en el Reino Unido, una en Alemania, una en Rusia —cuatro como expositor y cinco como visitante—. En estos eventos se realizaron 170 contactos entre agencias de viajes mayoristas y minoristas, medios de comunicación generalistas y especializados en el sector de la nieve, hicimos una campaña de promoción específica como consecuencia del alargamiento de la temporada.

Consecuencia de todo ello es que este año ha sido un año muy bueno para Sierra Nevada, con un total de 906.700 visitantes, entre los 790.326 esquiadores y los 116.374 usuarios de actividades diferentes del esquí. Aunque sigue siendo sólido el turismo nacional, con el 80,4% del total de esquiadores, pierde tres puntos con respecto a la temporada anterior, una caída que ha sido suplida con la mayor afluencia de visitantes extranjeros. Decirle que la ocupación hotelera creció tres puntos en los establecimientos de Pradollano hasta alcanzar una media del 63%. Por lo tanto, todos estos datos son consecuencia de un trabajo bien hecho, de coordinación, de promoción y de difusión de Sierra Nevada en todos los mercados turísticos, y eso es lo que vamos a seguir haciendo en lo que queda de año y durante el año que viene. Se va a incluir, lógicamente, como no podía ser menos, dentro del Plan de Acción 2014... Aparece específicamente como un segmento específico importante en el Plan Director de Promoción Turística 2014-2016, y en lo que va..., en lo que queda de año participaremos y participará también en una serie de ferias y de lugares importantes para proyectar toda la riqueza que Andalucía puede ofertar con el lujo de contar Sierra Nevada como parte de nuestro patrimonio turístico.

Por lo tanto, hay muy buena colaboración con Cetursa. Hay muy buena colaboración con los sectores empresariales, con los empresarios de la nieve. Hay una buena relación y una buena interlocución con la delegación territorial y con la empresa pública de turismo. Y en ese sentido vamos a seguir trabajando y colaborando para, a ser posible, mejorar los datos que anteriormente le he dado en relación a 2013.

## La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señora Martín, tiene de nuevo la palabra.

## La señora MARTÍN PÉREZ

—Gracias, de nuevo, presidenta.

Gracias, consejero, en primer lugar, por la información que usted nos ha facilitado en su primer turno de palabra. Usted sabe perfectamente que la promoción de un destino, en este caso de la estación más meridional de Europa, con un área esquiable de 2.500 hectáreas y más de cien kilómetros de pistas, es esencial. Es clave para garantizar el éxito de la temporada.

Por ello, lo primero que le pedimos, desde el Grupo Parlamentario Popular, consejero, es que no haya, de cara a los presupuestos para 2014, recortes en las partidas presupuestarias destinadas a la promoción de Andalucía como destino global, y en particular esas partidas destinadas a la promoción de Sierra Nevada en particular. Solo hay una estación de esquí en Andalucía, y esa singularidad, consejero, sin lugar a dudas, es un valor añadido a nuestra sierra.

Pero junto a la promoción, consejero, que ya le he dicho anteriormente que preocupa y ocupa no solamente a nuestro partido sino también a trabajadores y empresarios de Sierra Nevada, hay otros aspectos que también preocupan, y mucho, y que, si no se corrigen, pueden dar al traste con el trabajo y el esfuerzo que se realiza por parte de su consejería para la promoción de la estación de esquí.

Preocupa, y mucho, consejero, y permítame que se lo traslade en sede parlamentaria en este momento, la planificación de la apertura y cierre de la estación, porque hoy por hoy brilla por su ausencia la planificación de la apertura, y sobre todo del cierre de la estación, lo que perjudica, consejero, seriamente a la promoción que, desde su consejería, se haga no solamente de la estación de esquí sino también de Sierra Nevada.

Por esta razón, consejero, aprovechamos esta oportunidad para pedirle que se elabore una hoja de ruta no solamente para este año sino también para los años sucesivos, donde se planifique y especifique correctamente las fechas de apertura y cierre de la estación, así como que se asegure una promoción buena para la estación de esquí de Sierra Nevada, para que los esquiadores, los turistas, los turoperadores puedan disponer, consejero, y esto es clave, de un calendario cierto sobre el que poder elaborar y planificar sus viajes, y también para que los empresarios puedan planificar sin sobresaltos de ningún tipo la explotación de sus negocios, y los trabajadores puedan ajustar sus temporalidades y jornadas laborales, que cualquier cambio, consejero, solo venga de la mano de las condiciones climatológicas y no de la mano de la Junta de Andalucía.

Preocupa también, y mucho, consejero, aunque usted manifieste lo contrario, que la coordinación entre las dos consejerías, una en manos del Partido Socialista y otra en manos de Izquierda Unida, en la gestión y promoción de Sierra Nevada, sea a juicio del Partido Popular y también de empresarios y trabajadores, inexistente.

Una descoordinación que se visualizó, consejero, perfectamente el año pasado cuando usted realizó esa campaña de promoción, a la que usted ha aludido para promocionar sobre todo la calidad de nuestra nieve en primavera, cuando unilateralmente Cetursa había decidido cerrar gran parte de los días de la estación, ni siquiera el puente de mayo, que es fiesta en la Comunidad de Madrid, estuvo abierta la sierra los cinco días del puente de mayo. Yo solamente le digo que, fruto de esa mala gestión, consejero, lo único que podemos caer en que sean ustedes responsables de ese parón y estancamiento en el número de visitantes al que usted también antes ha aludido.

Llevamos prácticamente una década, consejero, estancados, que no superamos el millón de visitantes entre esquiadores y turistas, cuando otras estaciones europeas que no son mejores que Sierra Nevada, sin embargo, están subiendo progresivamente año tras año.

Termino diciéndole, consejero, que a pesar de todo quiero reiterarle nuestro compromiso, el compromiso del Partido Popular de trabajar y de remangarse como la Junta de Andalucía, y con su consejería, por supuesto, para mejorar los resultados de una gestión que tarde o temprano, consejero, tiene que dar sus frutos, y tiene que satisfacer esa gestión no solamente a los trabajadores, sino también a los empresarios, a los deportistas, a los turistas y en general también a las propias instituciones...

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Martín, tiene que ir concluyendo.

La señora MARTÍN PÉREZ

—Tres segundos.

... porque la práctica de este deporte, consejero, va creciendo, así lo dicen todas las estadísticas, y, por lo tanto, hay que hacer todo lo posible y todos juntos para que también nuestra estación crezca.

Nada más y muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Martín.

Señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Con brevedad, presidenta.

Estamos elaborando —como usted sabe— los presupuestos, yo le puedo garantizar que la promoción turística no va a descender el 50% que ha descendido Turespaña. Por lo tanto, en ese sentido vamos a trabajar con..., en fin, lo mejor que podamos en unos presupuestos complicados. Y una promoción turística —lo que he dicho anteriormente— va a seguir recayendo sobre los hombros del sector público en exclusiva, cuando en otros lugares de España y en otros lugares de Europa es una responsabilidad compartida. Pero, en fin, le puedo garantizar que no vamos a llegar al 50% de recorte como ha hecho Turespaña. Es más, casi le puedo garantizar que vamos a estar en unos términos parecidos al del año pasado a pesar de las dificultades del momento.

Yo quiero matizarle sus palabras, en el sentido de que la estación de esquí de Sierra Nevada se amplió en mayo gracias a la colaboración y a la coordinación con la Consejería de Turismo y Comercio, y con el propio sector. Por lo tanto, siempre se pueden ver las cosas como uno quiera y como considere oportuno, pero no convierta lo que fue un hecho positivo, que fue la ampliación, en el mes de mayo durante los fines de semana, de la apertura de la estación de esquí con una campaña de publicidad y de promoción acompañada a esa decisión... No convierta lo que fue un hecho positivo, a todas luces, en un elemento negativo. Porque precisamente eso fue posible por la coordinación y por el diálogo con Cetursa y con la Consejería, entonces, de Deporte y Cultura.

El año pasado se produjo un incremento —como les decía— de un 6%... En el periodo de julio y agosto de este año ha habido, perdón, un remonte, un incremento de un 6% en el uso de remontes, que es un dato también positivo.

En fin, yo creo que en estos elementos me quedo con sus palabras en todo lo que suponen elementos positivos, de avance, de coordinación, de impulsar y de situar Sierra Nevada en el mejor contexto y en las mejores condiciones, porque me parece que es lo importante.

En ese sentido, en acciones previstas para 2013 y 2014. En septiembre Cetursa y Turismo Andaluz han estado juntos en la Feria de Turismo de Moscú para seguir promocionando la estación granadina. También en septiembre ha estado en la feria de Düsseldorf, y volverá a Alemania también el espacio Turismo Andaluz en la feria de Berlín.

En este mismo mes de octubre se ha participado de forma activa en la feria del esquí y del *snowboard* en Londres, en la que Sierra Nevada tendrá presencia con un *stand* propio apoyando además en un plan de comunicación con los principales medios de comunicación.

En octubre también, Cetursa Sierra Nevada tendrá un mostrador específico en Portugal, donde Turismo Andaluz va a estar presente tanto en Lisboa como en Oporto. Vamos a tener una acción específica y una presencia importante en la World Travel Market. Andalucía estará presente también con Sierra Nevada con un *stand* conjunto en la feria de nieve y montaña que se celebra en noviembre en Madrid. También estaremos en el Levante. Estoy hablando solo de los dos meses que quedan para finalizar el año, no de todo lo que hemos hecho en los diez meses restantes. Por lo tanto, verá que la actividad y el compromiso y, en fin, la intensidad de la acción promocional es importante, y esto no es flor de un día, ni es por casualidad, es porque existe coordinación entre Cetursa y entre Turismo Andaluz. Y porque esa coordinación se plasma en el plan de acción y esa coordinación se plasma en la presencia conjunta en los *stands* y en la feria, o si no, usted, permítame que le diga, cómo cree que se puede organizar una feria, o un calendario de ferias, y un calendario de actividades y de promociones si no es en base al diálogo y a la coordinación, sería imposible. Y en el marco de esa importancia que le damos, asuma usted también como respuesta la que anteriormente le he dado a la señora Aguilera en relación a toda la campaña que hemos realizado y que estamos realizando en todas las..., una parte importante de las universidades españolas en estos momentos con Sierra Nevada como objetivo.

Por lo tanto, estamos trabajando en esa dirección y vamos a seguir haciéndolo, esperamos que con los mejores resultados posibles.

Gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

### 9-13/POC-000726. Pregunta oral relativa a la iniciativa de turismo sostenible Mina Visitable, de Linares

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la siguiente pregunta con ruego de respuesta oral en la comisión, relativa a turismo sostenible Mina Visitable, de Linares. Y para ello tiene la palabra su proponente, Ángeles Isac.

Señoría.

La señora ISAC GARCÍA

—Muchas gracias, presidenta.

Señor consejero, no cabe duda de que el legado de la época de esplendor de la minería en Linares es, en la actualidad, una de las principales señas de identidad de mi ciudad, de Linares. Y es excepcional por su singularidad, por la variedad arquitectónica y por el paisaje vinculado a la actividad minera en el que se marcan estos vestigios.

El Ayuntamiento de Linares, en colaboración con la Junta de Andalucía y algunos otros colectivos de la ciudad, como Proyecto Arrayanes, trabajan desde hace años en potenciar el aprovechamiento turístico de este tipo de restos arqueológicos. Así se han producido iniciativas como la declaración de BIC de 60 inmuebles de este distrito minero Linares-La Carolina, con el fin de garantizar su conservación.

Este esfuerzo por la puesta en valor del patrimonio minero e industrial local pretende culminarse con la creación de una infraestructura dedicada a este producto turístico, mediante la reutilización de edificios con fines museísticos, como la Mina Visitable de Los Lores. El lugar elegido para esta creación, para este centro de interpretación, es la parcela que se denomina Fundación Lord Derby, de la Mina de la Tortilla de Linares, donde se conservan restos de edificaciones que son ejemplos paradigmáticos de la arquitectura minera de tipología Cornish, y que por su estratégica ubicación constituyen todo un hito que da la bienvenida y la despedida a Linares.

La construcción de un parque minero en torno a la mina de Los Lores, como les decía antes, es un proyecto importantísimo para el desarrollo del sector turístico de nuestra ciudad. Pero desconocemos hasta el momento si persiste la intención de su viabilidad y, de ser así, con qué dotación presupuestaria podríamos contar.

Por ello hoy le pregunto: ¿En qué situación se encuentra actualmente la iniciativa de turismo sostenible Mina Visitable, de Linares?

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Isac.

Señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Isac.

Tengo que decirle que comparto las reflexiones que ha realizado en su exposición, si bien permítame que le aclare que no existe en estos momentos una ITS con esa denominación de Mina Visitable de Linares.

Exactamente, si me permite, para aclarar un poco todo el ámbito en el que nos movemos, en el año 2011, la Asociación para el Desarrollo Turístico Sostenible del Parque Minero Linares-Carboneros, en Jaén, presentó una documentación en relación con una iniciativa de turismo sostenible denominada Parque Minero Linares-Carboneros. En la documentación presentada se señalaba que la finalidad principal de esta iniciativa era contribuir al desarrollo turístico de la comarca norte de Jaén, consolidando su potencial turístico, de forma que este espacio se defina como destino de turismo cultural e industrial de calidad, sostenible, diferenciado por su componente minero e industrial, lo que debe suponer el eje temático de la oferta turística.

Los proyectos previstos en la misma son variados, desde la creación de rutas, consolidación y rehabilitación de edificios, creación de clubes de productos, señalización turística direccional, etcétera. Entre ellos, y en relación a la Mina de Los Lores, la cual entiendo que es objeto de su pregunta, se encuentra la consolidación y rehabilitación de las estructuras, recuperación ambiental y paisajística, acondicionamiento, caracterización y ferrocarril minero en la galería, y dotación museográfica integral.

Por cierto, tuve ocasión de visitarla..., no de visitar la actuación, porque todavía no está hecha, pero sí de visitar el entorno en mi última visita a Linares.

Mediante Orden de 22 de marzo de 2012, de la entonces Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, se resolvió el procedimiento de selección del programa de turismo sostenible, regulado en la Orden de 18 de marzo de 2011, encontrándose con puntuación no suficiente para ser seleccionada esa iniciativa: Parque Minero Linares-Carboneras.

Sin embargo, hasta la fecha, no se han señalado cuántas y qué iniciativas con puntuación suficiente serán objeto de convenios de colaboración. Entre otras cosas, saben ustedes que aquella orden tenía una pequeña dificultad, y es que no tenía consignación presupuestaria que la avalara, la desarrollara. Tuvimos ocasión de discutir todo este ámbito, prácticamente en la primera comparecencia que tuve como consejero de Turismo y Comercio, en la que di cuenta de las dificultades con las que nos encontrábamos a la hora de asumir esta legislatura como consecuencia de las dificultades presupuestarias derivadas de la no disponibilidad del presupuesto 2012.

Quiero decirle que, no obstante, la consejería subvencionó actuaciones en relación a esta mina, a través de otra figura que era el Plan Turístico Patrimonio Minero, en concreto el Proyecto de Centro de Interpretación Mina Visitable, con una inversión de 180.000 euros y una subvención por nuestra parte, por parte de la consejería, de 108.000 euros; es decir, el 60% del total.

Le señalo, para terminar de aclararle, y así finalizar, que la única iniciativa de turismo sostenible que actualmente se encuentra en ejecución, en la comarca norte de Jaén, es la denominada Paisajes Mineros de Jaén. En el año 2012, quedó ejecutado de esta iniciativa de turismo sostenible el primer plan de acción, se archivaron los dos planes de acciones anteriores por las razones que usted ya conoce, durante el 2013 se abrió plazo de presentación de proyectos para el Plan de Acción 2013, los cuales, en estos momentos, están siendo valorados, tanto por la dirección, los equipos centrales, como sobre todo, en estos momentos, por las delegaciones territoriales, que deben ser valorados y deben ser priorizados, y, por lo tanto, estamos a la espera.

Si usted se refiere en particular a la de Los Lores, tengo que decirle que es un proyecto, en este momento, muy en ciernes, que exige, según me planteó el alcalde, una inversión muy importante, que tengo que decir-

le que en estos momentos el contexto económico no es favorecedor de que su ejecución pueda realizarse de manera inmediata. Sí le dijimos al alcalde, y estamos dispuestos a trabajar, una vez que el proyecto madure, ser la fórmula a través de la cual poder articularla, y la fórmula también a través de la cual poder desarrollarla en sucesivos planes y en sucesivos procesos graduales. Pero es una inversión más allá de la cantidad que el alcalde tuvo la oportunidad de expresarme, creo que la inversión es bastante superior a la cantidad que me dijo y, por lo tanto, para la magnitud de la obra y de la actuación que se pretende, y, por lo tanto, será necesario coordinar muchos recursos, coordinar muchos entes inversores y, además, periodificar en el tiempo para que la actuación sea positiva. Quiero decir que la actuación a la consejería nos parece una idea muy positiva y una idea muy importante, que se enmarca dentro de las estrategias de turismo industrial, que estamos impulsando dentro del Plan Director de Promoción Turística, al que hemos hecho referencia en otras ocasiones, y que se está trabajando desde la Dirección General de Calidad.

No puedo ser más concreto en este momento, porque el proyecto tampoco está desarrollado a un nivel que nos permita más concreción, mucho menos si esa concreción queremos que tenga reflejo presupuestario.

## La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Señora Isac.

## La señora ISAC GARCÍA

—Señor consejero, en primer lugar, darle las gracias por su honestidad, porque en Linares la verdad es que hay una información dispersa y confusa, que había trasladado a esta diputada sensación de que no se estaban haciendo bien las cosas por parte de la consejería, o bien que desde la consejería no se invertía o no se era receptivo a la ampliación o a la creación de este parque minero que tantos ciudadanos de Linares demandan y tan recomendable es para la diversificación del turismo de la provincia de Jaén, que sabe usted que está tan necesitada de recursos y de elementos.

Una vez que usted ha puesto negro sobre blanco la realidad, pues a esta diputada solo le queda, en la medida de mis posibilidades, pues instarle a usted a que se acometan las acciones y las actuaciones convenientes y oportunas, máxime porque la situación de los edificios Cornish es compleja, es complicada, sobre todo las dos chimeneas, la de evacuación de humos, que, como usted conoce perfectamente, la estructura superior es de ladrillo, es frágil, está agrietada y podríamos perder, si no intervenimos en ella con suficiente celeridad, estos elementos paisajísticos, arquitectónicos industriales de gran belleza.

Le decía antes que es una foto emblemática la de la Mina de Los Lores, cuando nos acercamos a Linares es emblemática. También hay que decir que hasta hace poco ha estado iluminada y actualmente no lo está, entiendo que porque ha habido trabajo ahí. Y el paraje que la envuelve, los alrededores de la mina están en un estado lamentable. Incluso desde distintas agrupaciones, instituciones, colectivos de la ciudad, se denuncia el expolio sistemático que se está produciendo de elementos importantes de la mina, concretamente de la fundición.

Todo esto nos llevó a los ciudadanos de Linares a solicitar a la diputación que, al menos, se tuviera a bien vallar el recinto, con la idea de protegerlo. Y, después, por supuesto, pensábamos que estaba la iniciativa de turismo sostenible documentada y presentada, porque así nos lo había hecho llegar la concejal de Turismo del Ayuntamiento de Linares... Pero, viendo que no, que responde... Usted ha respondido, precisamente, con una pregunta por escrito que yo misma le formulé. Y me ha respondido lo mismo que me respondió hace, aproximadamente, seis meses, lo que trajo aparejado el que yo le hiciera esta pregunta oral. En definitiva, que no se está impulsando el Parque Minero de Linares, que todo está apalancado hasta nueva disponibilidad presupuestaria. Lo que sí le ruego, a través de esta pregunta, y ya aprovecho la oportunidad, es para decirle que, por favor, como bien de interés cultural, se intervenga en este bien patrimonial con celeridad, porque por la situación en la que se encuentran estos edificios de gran valor patrimonial, primero, e industrial, podrían desmoronarse, podrían caerse si no intervenimos con eficacia y con prontitud.

Muchas gracias, señora Presidenta.

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Isac.

Señor consejero.

### El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Muy breve, para que no se extraigan las conclusiones que yo no he dicho. No he dicho que no se esté impulsando este plan, o que no se esté impulsando esta iniciativa. El ayuntamiento, por la información que me trasladó el alcalde, está trabajando en el proyecto, está trabajando en su desarrollo y está trabajando en la definición del mismo.

Lo que yo le he trasladado es que, en este momento, todavía no está articulado cuál sería el monto total y el objeto total del proyecto, su presupuesto y cómo articular su financiación, teniendo en cuenta que su presupuesto, sin ser un técnico en la materia, es posible que escape de las posibilidades presupuestarias que cualquier Administración de las que tienen que intervenir pueda disponer en un período determinado de tiempo.

Por lo tanto, me consta, porque eso fue lo que me trasladó el alcalde, que se está trabajando en el plan, que es una prioridad del ayuntamiento, que es una prioridad, que además quiere trasladar o ha trasladado ya también a la diputación, y que la trasladaba a la consejería y al Gobierno. Y nosotros, lo que queremos decirle también —porque es lo que le dijimos al alcalde— es que nos parece un buen proyecto y nos parece un instrumento importante para dotar a Linares también de un atractivo turístico, y para poner en valor todo lo que significa el turismo industrial, que es un sector y un segmento que en otros lugares de España, donde se está trabajando más, está generando importantes flujos de visitantes y, por lo tanto, importante generación de riqueza. Eso es lo que le dijimos, y en eso nos comprometimos.

Por lo tanto, no es que no se esté haciendo, no es que esté paralizado, sino que se está trabajando, se está desarrollando y articulando el proyecto, presupuestándolo adecuadamente. Y, a partir de ahí, veremos cuáles son los instrumentos objetivos de financiación con los que contamos.

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 184

IX LEGISLATURA

16 de octubre de 2013

Eso fue lo que le dije al alcalde. Y como fue lo que le dije al alcalde, también es lo que quiero decir a su señoría, porque nosotros, al menos desde la consejería, procuramos —no siempre lo conseguimos— decir lo mismo cuando estamos en Linares que cuando estamos compareciendo en esta comisión o en cualquier otro ámbito, ¿no?

Es lo que quería decirle.

Gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

---

### 9-13/POC-000730. Pregunta oral relativa a los vuelos en el aeropuerto de San Pablo, Sevilla

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos, por tanto, a la siguiente pregunta con ruego de respuesta oral, relativa a los vuelos en el aeropuerto de San Pablo. Y para ello tiene la palabra su proponente, el señor Jaime Raynaud.

Señoría.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor consejero, en el pasado mes de enero, le interpeábamos sobre este mismo asunto. Nos contestó usted, en el mes de marzo de 2013, sobre el compromiso de la Junta de Andalucía de potenciar las conexiones aéreas, en general, y del aeropuerto de San Pablo de Sevilla, en particular. Desde esa contestación al día de hoy, la situación se ha agravado considerablemente el aeropuerto de Sevilla. Por lo tanto, hoy, le volvemos a preguntar: ¿ha suscrito la Consejería de Turismo y Comercio, en el último año, algún convenio de colaboración específica que permita fomentar los vuelos a y desde el aeropuerto de San Pablo?

Muchas gracias, señora presidenta.

Muchas gracias, señor consejero.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí.

Gracias, señora presidenta.

Yo comparto con su señoría la preocupación por el aeropuerto de San Pablo y por la evolución de sus estadísticas a lo largo del 2013, e incluso de 2012. Pero le puedo garantizar que, con independencia de lo que le diré a continuación, la alternativa para mejorar la comercialización del aeropuerto de San Pablo no depende de los convenios que esta consejería pueda firmar con uno, con dos o con tres turoperadores.

La viabilidad del aeropuerto de San Pablo dependerá de las políticas que ponga en marcha AENA y que ponga en marcha el Ministerio de Fomento para hacer atractiva y rentabilizar la infraestructura aeroportuaria, en general, y la de San Pablo en particular. Y en tanto esas políticas no se pongan en marcha, se seguirá en dificultades en Sevilla y en otros aeropuertos de Andalucía.

Su señoría sabe que, desde la consejería, le ofrecimos a AENA firmar un convenio de colaboración para, conjuntamente, trabajar en proyectar el aeropuerto de San Pablo, en concreto también, con toda su dimensión, dentro de nuestras posibilidades y dentro de nuestro marco de actuación. Ese convenio de colaboración ni se ha firmado, ni me temo se va a afirmar, porque desde AENA no se está en condiciones de aceptar nuestra oferta, porque consideran que tienen instrumentos suficientes —supongo— para abordar la situación.

Pero quiero decirle esto como antesala, porque la viabilidad de un aeropuerto tan importante como el de San Pablo no depende de que podamos abrir dos o tres nuevas rutas como consecuencia de determinados flujos turísticos con turoperadores o determinadas compañías. La viabilidad del aeropuerto dependerá de que AENA ponga en marcha, realmente, un plan específico que garantice que aeropuertos como el de San Pablo sean atractivos a las líneas aéreas. Porque, al final, señoría, tenga usted el convencimiento de que las líneas aéreas vendrán a San Pablo si ven que es rentable venir a San Pablo y se van a obtener beneficios. Esa es la clave para este aeropuerto y para todos: que las líneas aéreas, que los turoperadores consideren que es rentable mantener una ruta o abrir nuevas rutas con Sevilla.

Y, en ese sentido, desde la Consejería de Turismo y Comercio hemos trabajado y estamos trabajando para que todos los aeropuertos de Andalucía abran las máximas rutas posibles con destinos turísticos. No estamos hablando, porque no quiero tampoco generar falsas expectativas, de que la solución del aeropuerto de Sevilla va a depender de los convenios que la Consejería de Turismo pueda firmar, lo mismo que la solución del aeropuerto de Jerez no va a depender de los convenios que la Consejería de Turismo pueda firmar —que lo está haciendo—, o el de Almería, o del de Córdoba... Quiero decir esto también para no generar expectativas que serían absolutamente falsas e inútiles, ¿no?

Dicho esto, ¿qué significa? Que estamos trabajando, desde la consejería, para articular —y lo estamos haciendo, a veces, no con la suficiente colaboración, pero, en fin, lo estamos haciendo—..., para articular acuerdos que yo espero puedan incluso materializarse en los próximos meses con compañías importantes. No quiero aquí decir ningún dato hasta que no se articule, hasta que no se cierre, ¿no?

Pero, bueno, en esa dirección estamos, siendo conscientes de que el primer elemento que tenemos que plantearle a esas compañías es que la ruta con Sevilla es rentable, y le es rentable a ellos en cuanto a resultados de explotación, en cuanto a visitantes, en cuanto a viajeros, etcétera.

Es lo que le puedo decir. Yo espero que, de aquí a poco, tengamos noticias más concretas en lo que se refiere a mi consejería, o a la Consejería de Turismo y Comercio, en el marco de nuestras competencias y en el marco de nuestras posibilidades. Yo espero que podamos tener nuevas noticias de aquí a noviembre. Y le reitero lo mismo: nuestra colaboración con AENA..., nuestra voluntad de colaborar con AENA es firme. Con AENA en aeropuertos, con Paradores de España en los paradores de Andalucía, nuestra voluntad de colaborar, para rentabilizar y optimizar al máximo las infraestructuras existentes en Andalucía, que dimensionan nuestra comunidad como destino turístico, es firme. Se lo hemos dicho por escrito, oral, por activa, por pasiva, directamente, por intermediarios... Hasta ahora, nada de nada. Me parece que no es bueno eso.

Pero, en relación a su inquietud, yo espero que antes de que finalice este año, por poner una fecha concreta, pueda materializarse algún acuerdo importante —importante, entre comillas—, importante para la Consejería de Turismo y Comercio. No quiero decir que sea extraordinario para la cuenta de resultados del aeropuerto, pero para la Consejería de Turismo y Comercio y para lo que son nuestros objetivos de abrir nue-

vas rutas y garantizar nuevas conexiones, yo espero, de aquí a final de año, poder dar alguna noticia, en este sentido, concreta, más allá de las reflexiones genéricas que en este momento le doy, porque dar más creo que sería contraproducente.

## La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señor Raynaud.

## El señor RAYNAUD SOTO

—Sí.

Menos mal que no ha dado más explicaciones, porque si no, desde luego, sería para llegar y..., ¿eh? Y, en fin, me preocupa, lógicamente, su intervención porque, hombre, se podría deducir que, o AENA le tiene una especial inquina al aeropuerto de Sevilla, o, lo que es peor, AENA no quiere colaborar, desde el punto de vista institucional, con la Junta de Andalucía, cuando por otro resultado, evidentemente, eso no lo parece. Porque, claro, los datos son verdaderamente preocupantes.

Yo le diría que mucho más que eso, señor consejero, pues la Junta tiene la obligación..., que tiene las competencias en materia turística, de llegar e intervenir y de poner en marcha algún tipo de plan de acción. Yo echaría en falta, aun cuando no hubiera usted tenido la respuesta de colaboración de AENA, pues la firma de determinados convenios, como se ha producido con otros aeropuertos para tratar de potenciarlos, ¿eh?

Hombre, yo creo que se está..., esos datos que usted..., en la mañana de hoy pues hemos podido oír con satisfacción de la mejora de la llegada de turistas a nuestra Andalucía, del aumento de las pernoctaciones, yo que eso..., me produce una envidia positiva, ¿eh?, desde el punto de vista del tráfico aeroportuario en Sevilla es catastrófico, ese aumento del 6,9% de pernoctaciones en agosto, pues nos podríamos preguntar... Sin embargo, la caída brutal en el aeropuerto de Sevilla, el año pasado la caída en los vuelos fue del 14,1% respecto al año 2011, el global del 2012. Lo que llevamos hasta el mes de agosto..., mientras que la caída de media en Andalucía es el 2,5%, en Sevilla, el 16,7%, luego algo debe pasar. Mientras que, repito, afortunadamente el aeropuerto de Almería creció el 1,1%, o el de Málaga, el 2,1%, la caída de Granada y Jaén fue solo del 13,6%, Sevilla, 14 puntos por encima de la media. Yo creo que eso es verdaderamente preocupante.

La pérdida de pasajeros en los últimos doce meses..., fíjese, señor consejero, 365.000 pasajeros se han perdido en Sevilla, 3.771 vuelos menos, 315 vuelos menos al mes, 10 vuelos menos al día. Yo diría que una auténtica catástrofe, desde el punto de vista estadístico, verdaderamente una auténtica catástrofe, ¿no?, para la principal industria de Sevilla, como es el turismo.

Para FIBES, para el Palacio de Congresos y Exposiciones, esto es vital para poder fomentar los grandes congresos y los grandes eventos internacionales. San Pablo cae al nivel de Santiago en pasajeros, pierde

más pasajeros que Bilbao, Valencia, Menorca, Biarritz o Fuerteventura. Y ya, para colmo de los colmos, es el aeropuerto que más pierde de la Unión Europea en aeropuertos de su categoría.

Yo, por lo tanto, le digo, no deje, señor consejero, que ocurra esto, con independencia de las relaciones que pueda usted tener con AENA. No deje usted que ocurra esto. Porque, claro, es que, evidentemente, es muy fácil echarle la culpa, diríamos..., de, cuando los datos van mal, siempre la culpa es del Gobierno de España, siempre es de la situación económica. Supongo que este repunte de viajeros nacionales en Andalucía, de la recuperación del turismo nacional..., si antes la pérdida era por culpa de la situación económica, algo tendrá que ver ahora en la recuperación económica, ¿no?, cuando se recuperan viajeros nacionales en Andalucía. Yo creo que hay que ser coherente en estos planteamientos.

Estos objetivos prioritarios de Barcelona, San Petersburgo y Toronto... Lleve alguna acción específica del aeropuerto de Sevilla a estos tres. Haga lo que han hecho los catalanes con Rusia, que usted lo ha puesto..., muy bien explicado, un plan específico para fomentar el turismo catalán en Rusia. Esto no es fruto de la casualidad. Haga algo igual con el aeropuerto de Sevilla.

Mire, el aeropuerto, que es tan sensible a determinadas situaciones económicas, sociales, a noticias que se puedan... Ustedes, que están, por ejemplo... Se ha hablado hoy aquí de los turistas que llegan en Ave y de la necesidad de los Ave. Usted, fíjese en lo que está ocurriendo en estos momentos en el Congreso de los Diputados, señor consejero.

En estos momentos, en la Comisión de Fomento del Congreso de los Diputados se está debatiendo una moción de Izquierda Unida, firmada por el señor Centella. ¿Le suena el señor Centella? ¿Sabe usted lo que dice la moción? Que, como consecuencia de la creación de la subcomisión en materia de seguridad de los Ave, se establezca una moratoria para la construcción de los AVE en toda España, que se paralice la construcción de los Ave. Eso está defendiendo Izquierda Unida en estos momentos en el Congreso de los Diputados. ¿Se imagina usted lo que significaría el paralizar el Ave Sevilla-Cádiz, paralizar el Ave Granada-Antequera, suspender el Corredor Mediterráneo, suspender el Ave desde Alcázar de San Juan a Jaén, Algeciras-Bobadilla, con la que nos están ustedes dando, señor consejero, con la falta de inversión y la falta de presupuestos? Y se está hoy llevando al Congreso de los Diputados el punto número 2 de la moción, que se suspende...

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señor Raynaud, perdone, pero se ha pasado usted ya...

### El señor RAYNAUD SOTO

—Termino, termino, señora presidenta.

Fíjese si es importante la coherencia de lo que se pide con una boca, con la boca grande, y lo que se hace con otra boca. Aplique la coherencia, señor consejero, y entonces impulsen el turismo y hagan lo que tengan que hacer para que el aeropuerto de San Pablo frene en esta caída libre que está..., en materia de viajeros.

Muchas gracias, señora presidenta.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Por el bien del aeropuerto, se ha pasado usted más de un minuto y medio, pero, bueno, siempre sea por el bien del aeropuerto.

Señor consejero, tiene de nuevo la palabra.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Con mucha brevedad, presidenta.

Yo comparto absolutamente su preocupación y sus datos. Mi pregunta es: ¿Se lo ha hecho llegar a la ministra de Fomento? Porque es que es la competente de infraestructuras aeroportuarias, en materia de gestión de aeropuertos es el Ministerio de Fomento. Si quiere, nosotros lo gestionamos, si usted quiere nosotros lo gestionamos. Pero, mire usted, quien decide las tasas aeroportuarias es el Ministerio de Fomento. Y quien ha planteado un incremento absolutamente brutal de las tasas aeroportuarias vigentes, las existentes hasta 2018, es el Ministerio de Fomento. Quien pone en marcha un plan de reestructuración de plantilla disminuyendo los servicios es el Ministerio de Fomento. Quien pone en marcha un plan de reestructuración de los ayuntamientos disminuyendo sus horas operativas es el Ministerio de Fomento. Quien pone en marcha los instrumentos necesarios para los servicios de tierra a las compañías es el Ministerio de Fomento. Pero si es que eso es así, pero no es que queramos..., es que es así, es que... No ponga usted una sábana a la realidad para no verla, si yo estoy de acuerdo con usted, si los datos son muy preocupantes, en el aeropuerto de Sevilla... Y le digo más, son muy preocupantes en todos los aeropuertos menos el de Málaga, menos el de Barcelona y... De los grandes, menos en el de Málaga y de Barcelona, en todos los aeropuertos. Si esa preocupación es la que tiene que trasladar al ministerio, que es el competente.

Nosotros hemos dicho que dentro de nuestras posibilidades estamos dispuestos a colaborar. ¿Qué más quiere, señor Raynaud, qué más quiere? Vamos a ver, si estamos dispuestos a colaborar, de hecho estamos colaborando. Bueno, estamos colaborando no se sabe con quién, porque estamos haciendo, no colaborando, porque en la otra parte no hay nadie, estamos haciendo. Y lo vamos a seguir haciendo, lo mismo que hemos hecho con Almería, lo mismo que hemos hecho con Jerez, lo mismo que estamos haciendo con Córdoba.

Pero, mire usted, lo hacemos porque, dentro de nuestro marco de competencia y de nuestras posibilidades, creemos que hay que hacerlo. Pero tenga usted la seguridad absoluta de que la solución del aeropuerto de San Pablo y de su cuenta de resultados no depende de que firmemos convenios que vamos a firmar, es que eso es simplemente decir lo que no es posible. Las cuentas de resultados de un aeropuerto como el de San Pablo dependerán de la política comercial, de la política de infraestructuras y de los atractivos que AENA ponga al servicio de las infraestructuras aeroportuarias de España. Pero eso es así aquí y en Madrid, en el Parlamento de Andalucía y en el Congreso de los Diputados, donde, por cierto, el señor Centella no puede estar hoy porque está en Granada. Pero, en fin, desconozco el objeto de la iniciativa, pero, en cualquier caso...

*[Intervención no registrada.]*

... quiero decir... No, quiero decir, que lo ha dicho usted: «El señor Centella ahora mismo está defendiendo en el Congreso de los Diputados...». Pues no, pues no, ahora mismo no.

*[Intervención no registrada.]*

Pero, bueno, que da igual, que da igual, que no voy a entrar a discutir, como usted comprenderá, algo sobre lo cual ni desconozco ni tengo..., desconozco ni tengo competencias.

Pero, en cualquier caso, lo que sí quiero decirle en el ámbito..., es que ese empeño, que me parece muy loable y muy positivo por su parte, a la hora de decir con claridad las dificultades por las que está atravesando el aeropuerto de San Pablo, con ese mismo empeño y esa misma vehemencia y claridad en su exposición, se lo traslade a la ministra de Fomento. Es más, si usted quiere, vamos conjuntamente y le trasladamos conjuntamente a la ministra de Fomento la preocupación que tiene el Gobierno de Andalucía, con el Partido Popular de Andalucía, por el funcionamiento y la gestión de los aeropuertos andaluces, particularmente del aeropuerto de Sevilla. Estoy a su disposición para acompañarle en la gestión y para, en la medida en que eso sea positivo, reafirmarle en sus argumentos.

Muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

---

## 9-13/POC-000743. Pregunta oral relativa a los premios Turismo Andalucía 2013

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos a la última pregunta oral, relativa a los premios de Turismo Andalucía 2013. Y para ello tiene la palabra la señora Alarcón.

Señoría.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchas gracias, señora presidenta.

Señor consejero, el pasado día 27 asistimos a la entrega de los premios Andalucía 2013, coincidiendo con el Día Mundial del Turismo y la propuesta anual de la Organización Mundial de Turismo, que este año proponía precisamente la OMT, era el lema de *Turismo y agua*.

Antes de entrar en el detalle de la pregunta, sí que aprovecho para felicitar a todos los premiados de este año: Estrella Morente, la Real Escuela del Arte Ecuestre, Natalie Tours, el Ayuntamiento de Linares, el Instituto Almeraya de Almería, la Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa Sol —AEHCOS— y la trabajadora y guía Rita Schiltz, todos ellos excelentes referentes de nuestra riqueza, esfuerzo y buen hacer por Andalucía.

Estoy convencida de lo difícil que debe de ser elegir cada año a los nuevos premiados, porque afortunadamente nuestra tierra es inmensamente rica en referentes humanos, colectivos, empresas, instituciones que trabajan y se entregan en pro del sector turístico, por lo que la elección debe de ser muy compleja. ¿Pero no cree, señor consejero, que este año, cuyo lema mundial de la Organización Mundial del Turismo es *Turismo y agua y su sostenibilidad*, podíamos haber vinculado alguno de los galardones a multitud de oportunidades, de opciones de interés turístico y cultural, vinculados precisamente al agua?

Muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Señor consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora presidenta.

Quiero decirle, señora Alarcón, lo digo para situar el contexto, que los premios Andalucía de Turismo son una cosa y el Día Mundial del Turismo es otra. Y nosotros lo que hemos querido es hacer coincidir la entrega de los premios Andalucía de Turismo con el Día Mundial del Turismo, pero los objetivos de los pre-

mios Andalucía de Turismo están marcados en la orden que los regula, y se viene así articulando en todas las convocatorias desde hace ya varios años. El Día Mundial del Turismo cada año tiene un lema general, pero ese lema no se introduce en la orden de convocatoria de los premios. La orden de convocatoria de los premios tiene un objetivo, que es premiar, que es reconocer, que es valorar aquellos sectores, aquellas entidades, aquellos empresarios, aquellos trabajadores que se han destacado en la defensa del producto turístico de Andalucía, gracias a los cuales Andalucía puede ofertar un producto turístico formidable, como le decía anteriormente.

Los datos a los que anteriormente hacíamos referencia no son posibles si no es gracias al esfuerzo, al trabajo, al empuje, a la colaboración y al protagonismo de ayuntamientos, de empresarios, de trabajadores, de asociaciones que hacen del turismo en Andalucía su principal actividad. Y precisamente reconocer ese esfuerzo y ese trabajo es el objetivo de los premios Andalucía del Turismo; por lo tanto, no tiene nada que ver con los Días Mundiales del Turismo que, bueno, la Organización Mundial del Turismo establece, organiza, articula, etcétera.

Por lo tanto, los galardonados este año responden a los criterios, a los perfiles de la orden correspondiente. Tienen un procedimiento de propuesta y de tramitación que está establecido adecuadamente; es decir, su señoría podía haber presentado cualquier propuesta que hubiera creído oportuna, no sé si la ha presentado, a lo mejor la ha presentado, pero podía haber presentado cualquier propuesta para cualquiera de los premios, para cualquiera de las categorías. Esa propuesta tiene que venir avalada y se valora por un jurado, en el que están presentes, entre otros, pues toda la Mesa del Turismo, expertos independientes, más miembros de la consejería. Y este año el jurado, entre todas las propuestas que había sobre la mesa, propuestas que hay que hacer a cada una de las categorías, ha designado, o ha establecido, pues que los galardonados son los que su señoría ha dicho, y que yo no reitero, ¿no? Por lo tanto, ese es el procedimiento. Por cierto, del resto de las provincias de Andalucía ha habido galardonados en cualquiera de las otras ediciones, no se trata de por qué hay galardonados de unas provincias, de otras no, las que el jurado establece en función de las propuestas que se establecen, que son propuestas articuladas por un mecanismo administrativo que se contempla y se contiene en la orden correspondiente.

Por lo tanto, sinceramente, señora Alarcón, no entiendo muy bien el sentido de su pregunta. En cualquier caso, si hay una ciudad que esté ligada al agua en Andalucía, hay muchas, pero si hay una esa ciudad es Granada, y Granada fue la sede en la que se dieron los premios de Andalucía, fue el lugar elegido, y fue elegido precisamente por eso, entre otras cuestiones, porque es una ciudad ligada al agua, identificada con el agua, incluso en los tiempos en los que para algunos el agua era pecado, ¿no?, bueno, pues Granada siempre estuvo ligada al agua históricamente, y por eso se buscaron ese lugar y esa ubicación para celebrar la gala; pero los premios de Andalucía, su desarrollo y su articulación, la selección de los galardonados se hace en función de la orden correspondiente y de los requisitos y del procedimiento que en la orden se materializan.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor consejero.

Tiene la palabra la señora Alarcón, del Grupo Parlamentario Popular.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchas gracias, presidenta.

Señor consejero, mire, mi pregunta va encaminada precisamente en aras de realizar una propuesta, y además en positivo, de abrir una posibilidad de vincularnos de manera especial a la propuesta de la Organización Mundial del Turismo, ya que en Andalucía se hace coincidir la entrega de estos premios con el día del lema de la Organización Mundial del Turismo y el Día Mundial del Turismo, precisamente para intentar convertir ese lema en una oportunidad más para Andalucía y para algunos de los galardonados, los que podamos encajar, que durante todo el año disfrutan de ese galardón y podrían hacerlo también en consonancia con el lema de la OMT *Turismo y agua*. Me explico mejor, por si acaso no lo han entendido.

Y además fue usted mismo el que centró el tema en unas declaraciones al darle especial relevancia a la importancia del agua en la tradición histórica y la cultura islámica y su racional uso; fue usted mismo el que centró el tema. Y en este sentido, y poniendo algunos ejemplos, tenemos muchísimos de mucha relevancia, recursos turísticos y culturales, pues podríamos hablar de Córdoba, del Real Alcázar de los Reyes Cristianos, de la Mezquita catedral, de Medina Azahara, baños árabes, de...

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Señora Alarcón, su tiempo ha terminado. Vaya concluyendo.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí. Termino rápidamente.

... de fuentes y recursos naturales de Huelva, de Granada..., miles de ejemplos.

Pero precisamente lo que yo quería hacer es una reflexión, y compartirla con usted, si estima oportuno tenerlo en cuenta para futuras celebraciones, con dos premisas: una, que cuando sea posible vinculemos los galardones al lema de la OMT, para que de esa manera podamos tener esa puerta abierta a una serie de acciones promocionales. Y dos, realizar desde la consejería, además de la entrega de los premios, actividades anuales de cualquier tipo vinculadas a los lemas de la OMT para que Andalucía tenga más presencia y protagonismo en el mundo.

Muchas gracias. Y gracias, presidenta, por su gentileza.

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Pasamos el turno ahora al punto de proposiciones no...

Despedimos al consejero un momentito y vamos a entrar en el punto de proposiciones no de ley.

[Receso.]

## 9-12/PNLC-000085. Proposición no de ley relativa a la adaptación de establecimientos y entornos turísticos a las personas con discapacidad

La señora COLÓN LOZANO, SECRETARIA DE LA COMISIÓN

—Procedemos y reanudamos la continuidad de los trabajos de la comisión...

[*Intervenciones no registradas.*]

Vamos a ir abreviando, porque si no se nos agota el tiempo.

La primera proposición no de ley está impulsada y propuesta por el Grupo Parlamentario Popular, y se refiere a la adaptación de establecimientos y entornos turísticos de las personas con discapacidad.

Tiene la palabra, por parte del Grupo Popular, El señor Valero. Tiene usted la palabra.

El señor VALERO RODRÍGUEZ

—Muchísimas gracias, presidenta.

Gracias, en primer lugar, a mi grupo parlamentario por permitirme la oportunidad de defender esta proposición no de ley, y también a la Mesa por haber acogido lo que es esta iniciativa transversal que une turismo y discapacidad, y que estamos seguros de que va a redundar en beneficio de todos los ciudadanos andaluces, en general, y muy en particular a las personas que tienen una dificultad y tienen problemas de accesibilidad en Andalucía.

La propuesta va dirigida a esta linda tierra, de la que nos sentimos orgullosos, que es Andalucía, por sus riquezas y también por sus gentes. Y dentro de sus gentes estamos personas que, bien de forma adquirida, o bien de forma congénita, pues no hemos entrado, como algunas de las señorías aquí presentes en esta Cámara, no hemos entrado en el mundo de los perfectos. Y es verdad que gozamos y partimos de una cierta dificultad a la hora de afrontar la realidad. Y a ellos, por tanto, va dirigida nuestra propuesta, porque la vida es verdad también que nos exige un plus de esfuerzo, nos exige un plus de dificultad.

Y también pues quería decir que, en ese ánimo de procurar estimular la sensibilidad del resto de grupos parlamentarios, tengo que decir que la izquierda, que están habitualmente muy dados a repartir carnés de buenos y de malos, y en el que la sensibilidad y la solidaridad que venden se pierde en el arte de teatralizar y de escenificar para esconder de alguna manera y ocultar lo que son sus defectos, sus fracasos y, en algún caso, pues sus miserias..., por tanto, les pediría que en este asunto dejaran a un lado lo que es la demagogia, y miraran de una vez por los intereses de Andalucía.

Es verdad que ustedes en cada intervención no hay manera de que dirijan todo su debate sino para ilustrarnos en la maldad del Gobierno de Rajoy, para exponer su gran ataque. Y la verdad es que el colectivo de discapacitados, cada vez más creciente, constituye el 9,58% de la población andaluza, y debe de gozar los mismos derechos y las mismas oportunidades que los demás. Y si no es así es porque el entorno no lo permite. Por tanto, hemos de pasar de ese paternalismo benéfico, caritativo, al reconocimiento de los derechos. Ese es el verdadero camino para construir una sociedad más justa.

Y, según la Convención de la ONU, las personas con discapacidad deben dejar de ser objetos de caridad, a pasar y convertirse en sujetos de derechos humanos. Y hemos, pues, de hacer las recomendaciones en cuanto a los principios rectores que formula la Convención, que es el respeto a la independencia, el respeto a la libertad, respeto a la dignidad y respeto también a la autonomía; la no discriminación, la participación y la inclusión en la sociedad; así como la igualdad de oportunidades, la accesibilidad y también el respeto por la diversidad.

La igualdad de oportunidades, que aquí queremos hacer mención y a la que aspiramos, supone la ausencia de discriminación que tenga causa en la discapacidad, pero también, de forma especial, son las medidas para compensar las desventajas que tienen las personas con discapacidad, con el fin de que puedan participar plenamente en la vida política, económica, cultural y social.

El colectivo de personas con discapacidad está creciendo y constituye una minoría importante en Europa, ya que constituye un 15% del colectivo. También en España constituye un 8,5%, teniendo en cuenta que en la franja de edad de más de 65 años, pues ya pasa a ser más del 32%. Y todo por esa relación con algo que nos preocupa, que es el alto envejecimiento de la población española, y esa relación que hay con la discapacidad.

Yo soy un convencido de que la discapacidad no existe, no existe más dificultad que aquella que uno mismo pues se ponga. Pero también es verdad que nos ha dotado la naturaleza de medios, de actitudes, de capacidades para poder afrontar cualquier dificultad y obstáculo que en la vida nos encontremos. Pero es verdad también que hay, sin embargo, una verdadera discapacidad, y que es ajena a nosotros, es la del entorno, es la de interacción de los medios ambientales y los factores externos. Es el entorno el discapacitante.

La discapacidad no constituye en sí un problema médico aislado, sino que afecta a un colectivo estructuralmente condenado a la marginación por las dificultades de adaptación impuestas por la propia sociedad.

Yo preguntaría aquí si el director general, don Gonzalo Rivas, tuviera que hacer una exposición en nuestro Salón de Plenos, en la tribuna, que sabemos que se desplaza en silla de ruedas, ¿cómo podría hacerlo? No podría hacerlo. Y estamos hablando de una gran institución pública. No me pidan, ni puedo aquí recrearme en exponer y enumerar todos los obstáculos que se pueda encontrar este colectivo del que estamos hablando a lo largo y ancho de nuestra tierra.

Ya es hora, señorías, de que se haga un estudio serio sobre las barreras arquitectónicas en las instituciones y en las empresas públicas, y, en Andalucía, que es donde se debe hacer, y estoy seguro de que sacaría, por cierto, los colores a más de uno.

Por tanto, la proposición que hoy traemos estoy seguro de que contará con el apoyo unánime de los grupos parlamentarios, porque beneficia a todos, en general, y, en particular, a las personas de gran dificultad. Apelo, por tanto, a su sensibilidad, y yo la formulo con el máximo interés.

No sé si conocen lo que es cuando alguien que tiene una discapacidad dispone de algo tan sencillo como ir de vacaciones, hacer un viaje o disfrutar de su tiempo de ocio como lo hacemos todos. Las personas con discapacidad son consumidores y, por tanto, tienen derecho a acceder a los bienes y servicios de consumo en las mismas condiciones que el resto de ciudadanos, y, por lo tanto, del turismo del que disfrutaban la mayoría de los andaluces.

¿Saben cuántas personas con discapacidad y sin autonomía se quedan en su casa? ¿Saben cuántas personas? Y la dificultad que tienen a la hora de poder disfrutar de nuestras playas, ¿saben que más del 90% no

pueden bañarse en nuestras playas? ¿Se han planteado cuántos edificios históricos y de patrimonio, que tanto divulgamos, son inaccesibles?

Por lo tanto, yo les voy a dar algunos datos.

Son 40 euros más lo que le cuesta a una persona discapacitada viajar que a una persona normal. Para el 65% de las personas con discapacidad grave los desplazamientos suponen un grave problema: el 69% prefiere utilizar el coche privado, el 20% el avión, el 11% el tren y el 6,5% el autobús. Lo cual supone la principal razón por la que las personas con alguna discapacidad viajan menos que el resto de la población.

Y con independencia de su nivel de ingresos, siempre buscan aquellos que son más accesibles. Por tanto, están obligados, y no mirando el precio, a optar por los hoteles de mayor costo, como son los de cuatro y cinco estrellas, con lo cual se reduce la oferta para ellos —y son casi el 60%—, porque están mejor adaptados. También es verdad que no todos tienen las condiciones idóneas, bien por información o formación de los profesionales del sector.

También sabemos que un estudio de la Confederación Andaluza de Personas con Discapacidad tanto física como orgánica —CANF COCEMFE—, ha advertido de que el 31% de las 77 playas que gozan de bandera azul no son accesibles para discapacitados, a pesar de que este distintivo internacional, y, paradójicamente premia la accesibilidad, y no son accesibles.

Por tanto, señorías, hemos sido elegidos democráticamente para representar a los ciudadanos, y tenemos la obligación de trabajar por ellos y junto a ellos.

La integración pasa por la igualdad de oportunidades, formulada en la Ley de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal. Por tanto, todas las administraciones debemos implicarnos, y, por supuesto y de forma muy especial, la Junta de Andalucía, que tiene las verdaderas competencias en esta materia.

Por tanto, hemos de pasar de considerar lo adjetivo, que es el atributo, que es la existencia una discapacidad, a pasar a lo sustantivo, que es lo principal, la condición de ser personas. Y hay que pasar, como he dicho antes, del paternalismo benéfico al reconocimiento de los derechos. Sabemos que nos enfrentamos a varios desafíos: el alto envejecimiento, vinculado y relacionado con la discapacidad, y también la demanda creciente de nuevos servicios, como teleasistencia, residencias, ayudas a domicilio..., que es responsabilidad exclusiva de la Junta, que además, en estos momentos, no está pagando, y eso sí es verdad que es un verdadero obstáculo.

Por tanto, la propuesta que hoy presentamos el Grupo Parlamentario Popular tiene un triple objetivo: primero, reducir el entorno discapacitante; segundo, procurar y contribuir a que las personas, el colectivo de discapacidad pueda disfrutar y pueda participar de esa gran riqueza que son las bondades de nuestros lugares, nuestros monumentos, nuestros paisajes y de nuestras gentes; y, cómo no, impulsar, contribuir al impulso y desarrollo de ese gran mercado con gran futuro que es el gran sector del turismo, que es la única y gran industria, pues, que nos va quedando.

Por tanto, tenemos que aprovechar ese potencial del 9,58% de la población andaluza, y de las personas con discapacidad, y no podemos renunciar a ese sector fundamental para el desarrollo de nuestra tierra. Tenemos, porque es una obligación, que eludir el entorno discapacitante y ofrecer a este gran colectivo la posibilidad de algo tan sencillo como ejercer sus derechos. No estamos hablando de privilegios, no estamos hablando de derechos, solamente... Perdón, estamos hablando de derechos y no de privilegios. Poseemos maravillosos entornos naturales, un patrimonio histórico...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Disculpe, señor Valero, debe ir terminando.

El señor VALERO RODRÍGUEZ

—Voy terminando, voy concluyendo.

... una infraestructura de ocio turística hotelera que es la envidia de Europa, sin embargo no tenemos planes, no tenemos programas para que puedan ser disfrutados por las personas, hombres y mujeres, de discapacidad.

Por tanto, Andalucía no debe ser..., debe ser un gran ejemplo, y no vamos a negar a la población con discapacidad el disfrute de los servicios de la gran y única industria que nos queda. Y animo a esta Cámara a reflexionar sobre esta propuesta y aceptar una realidad que no podemos negar.

Muchísimas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Valero.

Para posicionar a los distintos grupos parlamentarios, le doy la palabra, en primer lugar, al Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, la señora Pérez.

Tiene su señoría la palabra.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Bueno, respecto a esta iniciativa que presenta el Partido Popular, después de escuchar a su portavoz, por supuesto que el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida va a defender la accesibilidad de todas y cada una de las personas que tengan algún tipo de discapacidad. No queremos entrar en ese conflicto dialéctico que sé que posiblemente lleguemos a él, y que entiendo que de ninguna manera somos quién para negarles ningún tipo de derecho ni de privilegio por el simple hecho de tener una discapacidad, ¿no?

Sí he de decirle que, respecto a la línea de actuación que ahora mismo se viene ejecutando por parte de la consejería, en el ámbito del turismo accesible, universal, así como sobre la definición y las pautas que hay que seguir, la Ley 13/2011 de Turismo, contempla ya en su exposición de motivos una pauta de carácter general que va a marcar el desarrollo de las diferentes políticas que se desarrollan en el ámbito turístico por parte de la Consejería de Turismo y Comercio. Y el objetivo, en definitiva, es alcanzar una calidad integral en los diversos servicios, establecimientos y destinos turísticos, incorporando la accesibilidad como objeto a alcanzar en las estrategias de actuación o líneas de actuación de la consejería. Esta misma ley, en el Título I, artículo 1, establece como finalidad el impulso de la accesibilidad universal a los recursos y servicios turísticos, así como el acceso a la información en igualdad de condiciones. De una forma quizás más específica, el ar-

título 60 de dicha ley, dentro del artículo 6, Capítulo II, en cuanto a calidad turística, establece unos objetivos como son: desarrollar programas específicos de actuación que incidan en la accesibilidad turística.

Partiendo, por tanto, de este marco al que acabo de hacer alusión, y siguiendo en esa misma trayectoria, la propia Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo contempla en el II Plan de Calidad Turística de Andalucía, dentro de su eje dedicado a la innovación, contempla el programa de actuaciones 04, enfocado de forma específica a la accesibilidad.

En concreto, las actuaciones que hasta el momento se están desarrollando en materia de accesibilidad, pues, pueden ser las siguientes: hay proyectos de asistencia técnica para la implantación de sistemas de gestión de calidad, del medio ambiente y accesibilidad, que tienen como objetivo generar y contribuir a la mejora de la competitividad del sector turístico andaluz por medio de la prestación de un servicio gratuito de consultoría y asesoramiento para la implantación de sistemas de gestión de la calidad, gestión medioambiental y accesibilidad global, estando limitado por razones presupuestarias para esta última edición de 2012 a la certificación en accesibilidad universal.

En segundo lugar, hay apoyos al distintivo de bandera azul, que se trata de un distintivo que otorga anualmente la Fundación de Educación Ambiental a las playas, puertos y centros que cumplen una serie de condiciones ambientales y de instalaciones, y dentro de este galardón existe una serie de distinciones temáticas entre las que se encuentra las referidas a la accesibilidad para aquellos que han realizado un esfuerzo especial [...] en cuanto a la ruptura de barreras arquitectónicas y atención a personas con discapacidad.

En tercer lugar, se han llevado a cabo unas jornadas formativas y de sensibilización en materia de accesibilidad, concretamente el pasado 16 de febrero, a través del Centro de Innovación Turística de Andalucía, Andalucía Lab, denominadas dichas jornadas como foro de estrategia de negocios inteligentes, accesibilidad y turismo.

En cuarto lugar, la nueva sede de Andalucía Lab cuenta con un espacio expositivo compuesto por la creación de distintos escenarios turísticos, habitación de hotel, agencia de viajes, sala de museo, restaurante..., en el que se pueden ver las distintas soluciones TIC disponibles, además de soluciones que permiten mejorar la accesibilidad a estos negocios.

En la actualidad, además de darle continuidad a todas estas actuaciones, la propia Consejería de Turismo y Comercio, a través de la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, trabaja en el desarrollo de nuevos proyectos que tienen como fin contribuir al acercamiento de los establecimientos turísticos de Andalucía al ámbito de la accesibilidad, contribuyendo así a generar un turismo para todos.

De forma general, en lo que se refiere a la adaptación de infraestructuras y equipamiento en establecimientos turísticos en Andalucía, la normativa turística vigente está siendo revisada y actualizada para exigir de forma exhaustiva el cumplimiento de las normas básicas en materia de accesibilidad en la edificación. Sin embargo, sí es verdad que existen todavía establecimientos que necesitan ser adaptados. Por tanto, a través de diversas convocatorias, la propia consejería ha venido incentivando la transformación y la adaptación de establecimientos turísticos mediante la modalidad de subvenciones dirigidas a servicios turísticos y creación de nuevos productos. Esta línea de subvenciones se haya regulada para el ejercicio 2011 bajo la orden de 4 de julio de 2011, y contempla como concepto subvencionable en su apartado 2.a), párrafo tercero, las mejoras y modernización, priorizándose las necesarias para la obtención de categoría superior a tres estrellas, y las dirigidas a incrementar la formación, la accesibilidad y reserva de espacios para discapacitados. Debido

a circunstancias presupuestarias actuales que todos y todas las señorías conocen, pues no ha sido posible disponer para este ejercicio de la mencionada línea de subvención, medida que nos consta que así lo hará la consejería, se retomará en cuanto el escenario económico así lo permita.

Por tanto, la iniciativa que presenta el Partido Popular en el punto primero y el punto segundo entendemos que ya se vienen realizando tanto la campaña de sensibilización como el impulso para adaptar los alojamientos turísticos, cierto es que el párrafo tercero, donde dice «potenciar la formación y la experiencia de los profesionales del sector turístico para el conocimiento de las necesidades reales de las personas con discapacidad», pues, posiblemente sea necesario ese potenciamiento, pero es cierto que también se está llevando a cabo en los momentos actuales a través de todas las campañas y a través de la normativa que he leído hace un momento.

Y el cuarto punto, cuando habla de «editar guías y servicios de turismo accesible en Andalucía, eliminando las barreras físicas y tecnológicas relacionadas con el ocio y el turismo». Entendemos que lo que ha querido decir el proponente es que se elabore una guía donde se contemplen, pues, todos los hoteles, restaurantes, y todos los alojamientos turísticos que no tengan barreras arquitectónicas. Entonces, entendemos que propiamente dicho, elaborar una guía supone un coste económico, añadiendo más a lo que quizás, pues, la necesidad de la disponibilidad presupuestaria, pues se haga necesario, ¿no?

Entonces, no votaríamos a favor de toda la iniciativa, perdón, no votaríamos en contra de toda la iniciativa, sí pediríamos luego votación separada, por lo que acabo de comentar.

Muchas gracias, presidenta.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez.

A continuación, damos la palabra a la portavoz del Grupo Parlamentario Socialista. Para ello la señora Aguilera tiene la palabra.

### La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, señora presidenta.

Bueno, vamos a debatir una iniciativa denominada «adaptación de establecimientos y entornos turísticos para las personas con discapacidad».

Tengo que decir que en esta iniciativa he leído en la exposición de motivos y en la exposición que ha hecho el propio portavoz del Grupo Parlamentario Popular, se hace una apelación a que las personas con discapacidad tengan derecho a disfrutar dentro de su ocio de los diferentes establecimientos y entornos turísticos de Andalucía. Evidentemente, es reconocido el derecho, y en ello se ha venido trabajando durante especialmente la última década por parte del gobierno de Andalucía. Es una obviedad, y quiero dejar bien claro, lo ha hecho también la portavoz de Izquierda Unida, es decir, que, al margen de las discrepancias en la iniciativa, la proposición no de ley, evidentemente, mi grupo parlamentario, el Grupo Parlamentario Socialista, está a fa-

vor y trabajando apoyando al Gobierno de Andalucía por que tengamos esa accesibilidad universal en todos y cada uno de los derechos que tiene ese 18% de ciudadanos que tienen alguna discapacidad en nuestra comunidad autónoma. Eso vaya por delante para que no haya ninguna mala utilización sobre la apreciación o no del resultado final de la propuesta que nos ofrece hoy aquí el Partido Popular.

Apostando firmemente por esa accesibilidad, esa denominada accesibilidad universal, como factor crucial para mejorar el destino, de mejorar los destinos turísticos en Andalucía, insisto, oyendo al portavoz del Partido Popular parece como que algo que está pendiente y que no se ha hecho nada, queda mucho pendiente, coincido con él, y además él, esta persona, el señor Valero, lo padece directamente, seguramente, como pasa a ese 18% de la población andaluza de forma más directa. Pero se ha venido trabajando y ha cambiado muchísimo, a mejor, la oferta de estos destinos turísticos en la última década, precisamente por las políticas que se vienen realizando por parte del Gobierno de Andalucía, no únicamente por esta consejería, que lo ha dicho bien la portavoz de Izquierda Unida, durante estos años donde se ha apostado por esa accesibilidad universal, sino por las Consejerías de Igualdad y Bienestar Social, a través de programas de Inturjovent; la Consejería, obviamente, de Obras Públicas y Urbanismo, con la adecuación de la normativa. Y aquí sí quiero hacer una especificidad: yo creo que esta normativa, la autonómica como la nacional, debiera ser actualizada y mejorada, en todos los niveles, no a los alojamientos turísticos únicamente, sino en todos los niveles. Estamos hablando de una normativa que se creó en los años noventa, por lo que han pasado ya, la mayor parte de ellas, más de quince años; por lo tanto, sí que sería conveniente más incidir en la normativa de cara al futuro, en otros espacios, pero, evidentemente, también para el turismo, para ir a ese objetivo de la accesibilidad universal. Y ahí es donde quizá hubiera sido conveniente que esta iniciativa pudiera ir, o, desde luego, la acción del Gobierno de Andalucía, para adecuar mejor la normativa, que tanto la estatal, insisto, como la autonómica, como la de otras comunidades parecen, en mi opinión, ya estar algo desfasadas.

Decir también que es sorprendente... Bueno, sorprendente. Bueno, depende. También está el desparpajo con el que se habla y se defienden las iniciativas. Es sorprendente la sensibilidad hacia estos aspectos, en los que coincidimos, sin duda, pero, desde luego, hombre, cuando lo habla un portavoz del partido que gobierna en España, que se está cargando los servicios sociales, que ha quitado la cofinanciación a la dependencia prácticamente, prácticamente, que la está asumiendo en gran parte casi en exclusividad, en un 70% el pasado año la Junta de Andalucía, cuando tenía que haber sido al 50% por el Gobierno del Estado, que el plan concertado con los ayuntamientos y diputaciones se ha retirado del Gobierno de España, hombre, hay que tener sensibilidad para todo, también para denunciar cuando un gobierno, aunque sea del mismo partido, está eliminando las políticas sociales, las políticas sociales. Por lo tanto, yo reivindico lo que usted dice: que mejoremos la oferta turística, que los alojamientos turísticos estén más adecuados, por supuesto; accesibilidad universal, para eso hacen falta recursos públicos; intencionalidad y voluntad política, como la ha tenido este Gobierno. Pero, desde luego, no eliminemos lo sustancial, que son las políticas sociales.

Resaltar también —y voy terminando— que en la PNL se dice, en la proposición no de ley se le da un gran valor a la industria turística y a lo que representa, así como al importante peso que supone al sector hostelero del turismo en general, ya que puede ofertar este sector productos atractivos con esa accesibilidad univer-

sal dirigida al 18% de la población andaluza. Estamos hablando de en torno a setecientas veinte mil personas con algún tipo de discapacidad, y, evidentemente, puede ser muy atractiva esta posibilidad. O, como decía el presidente de la fundación Prodean, cuando inauguró un hotel rural accesible este verano en Hinojosa del Duque, en Córdoba: «La inversión en derechos no está reñida con la rentabilidad». A lo mejor algunos empresarios del sector turístico yo creo que deben, poco a poco, ir trabajando más en esta línea.

Por tanto, señorías, el Gobierno andaluz ha venido trabajando por favorecer y apoyar la mejora y el acondicionamiento de los diferentes establecimientos turísticos, ahora muy condicionados, como ha dicho la portavoz de Izquierda Unida, por las limitaciones presupuestarias, evidentemente. Había una línea específica que no ha tenido dotación presupuestaria dentro de la Orden de 2011 de mejora y modernización de estos alojamientos, pero hace falta tener sensibilidad, para eso hay que cambiar mentalidades, y mentalidades no solo en la sociedad, sino en ese sector empresarial que está ofreciendo esos productos turísticos. Para ello yo creo que, además, es importante, para llegar a esa accesibilidad universal, invertir en formación, por eso yo creo, y coincido en eso creo que con la portavoz de Izquierda Unida y con usted, señor Valero, yo creo que hay que trabajar mucho en la potenciación de la formación y en la experiencia de los profesionales porque eso ayudará a cambiar mentalidades. Seguramente, si cambia esa mentalidad, que ya viene cambiando, y hay ya muchos empresarios dispuestos a invertir en algo que es ofertar, ofertar, algo que les va a generar rentabilidad y además en un derecho, yo creo que, desde luego, podíamos mejorar las circunstancias que tenemos en nuestra comunidad autónoma, que, insisto, se ha mejorado, pero, evidentemente, mientras haya un solo problema, un solo discapacitado que no pueda acceder por su ocio a algún alojamiento o a una playa, evidentemente, es problema del Grupo Parlamentario Socialista; lo que pasa es que las limitaciones presupuestarias, la limitación del déficit que se impone a esta comunidad autónoma, del 1%, hace realmente imposible atender todos los frentes, imposible atender todos los frentes.

Por tanto, yo quisiera decirle —y termino, señora presidenta— que, estando de acuerdo en lo global, el Grupo Parlamentario Socialista le va a votar, pedirá votación separada, va a votar a favor del punto tercero, y de los otros tres no votaremos a favor. Yo entiendo, además, tengo alguna confusión en la redacción del punto cuarto. Creo que..., no lo sé, es decir, creo que hay a lo mejor algún problema de redacción, aunque entiendo el fondo, entiendo el fondo que ha querido expresar el portavoz, o el redactor de esta iniciativa con lo de «la edición de guías y servicios», como «la elaboración de campañas», o «el impulso a la adaptación de los alojamientos».

Sí a la accesibilidad universal. Necesitamos más recursos, la imposición del déficit del 1% a nuestra comunidad autónoma, la pérdida en los presupuestos de 1.200 millones de euros hace imposible atenderlo todo y hay que priorizar. Pongámonos todos del lado del Gobierno de Andalucía, de los andaluces, de la comunidad autónoma para defender los servicios sociales, la dependencia y, por supuesto, la accesibilidad universal. Pero ahora mismo lo hace imposible. Y, por tanto, señor Valero, aun coincidiendo en el fondo de la cuestión, solo el Grupo Parlamentario Socialista, por la situación en que el Partido Popular y su Gobierno han metido a nuestra comunidad autónoma, puedo votar, podemos votarle a favor del punto tercero; a los otros tres, lamentándolo mucho, no lo vamos a poder hacer, entendiendo que sería imposible si hubiera más disponibilidades presupuestarias y dispusiera de ellas el Gobierno de Andalucía.

Gracias, señora presidenta.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Aguilera.

Y a continuación, para concluir, tiene la palabra el señor Valero.

El señor VALERO RODRÍGUEZ

—Muchas gracias.

Tengo que decir que, de nuevo, asistimos a una vergonzosa maniobra de la izquierda, de la mayoría supuestamente de izquierdas, supuestamente social, supuestamente defensora de los derechos, y no he visto una situación y una actitud de mayor cinismo, que son unas propuestas que benefician los derechos individuales de las personas en general, y, en particular, de los discapacitados, que se use lo que es la demagogia, en una de las parcelas en las que ya la ciudadanía está pidiendo, de forma permanente, estos debates tan estériles, tan cansados, de irresponsabilidad, y que el único común denominador que tienen es la confrontación, es la descalificación y es el querer atribuir a los demás los defectos, los pecados, las miserias y las incapacidades que la izquierda, que lleva gobernando 32 años en Andalucía, y que no hay más responsabilidad que es la suya, que quiera atribuir al único que está salvando y ha sacado a flote a Andalucía, que es el Gobierno central de Rajoy, y el único que ha salvado de la bancarrota a Andalucía, cuando ustedes no hacen más que atacar... Dos mil setecientos millones de euros, nada más comenzar su gobierno, para Andalucía, a través del Plan de Pago a Proveedores, que ustedes estaban contribuyendo al hundimiento permanente de los servicios sociales. Que, por cierto, ¿cuándo van a dejar de que existan estos impagos? Por cierto, ¿cuándo van a pagar a esas organizaciones que están presentando unos servicios tremendamente beneficiosos a ese colectivo tan necesitado de la discapacidad y que ustedes los están condenando al ostracismo, a la marginación? Y siempre han querido presumir demagógicamente de ello, y no hacen más que conducir al cierre de esas magníficas organizaciones que están contribuyendo al beneficio y a una mejor vida para eliminar ese plus de dificultad y de esfuerzo que tienen las personas con discapacidad.

Es una demostración más de que el maridaje socialista y comunista solo se sirve de la palabrería para gobernar. O se aceptan todas las condiciones que creemos que son sanas, necesarias y beneficiosas para ese gran colectivo... Y son necesarias, porque hasta ustedes han reconocido aquí que el 90% de las personas con discapacidad no puede bañarse, que el 60% no puede viajar... Son una cantidad de limitaciones y de obstáculos que se presentan... Y todo es por esa dejadez, esa irresponsabilidad, y que, siempre que presentamos una iniciativa que beneficia a una gran parte de los andaluces y andaluzas, prefieren mirar a otro lado en lugar de gobernar por y para ellos.

La demagogia está presente en cada uno de los argumentos que utilizan sus señorías del Gobierno. No son capaces de reconocer una iniciativa que resulta muy positiva tanto para los ciudadanos andaluces que tienen discapacidad, como también para los españoles, o también para cualquier otro del mundo que elige esta maravillosa comunidad para viajar. No les interesa nada saber qué les interesa a Andalucía y a los andaluces. Lo único que buscan es perpetuarse en el poder, mirar hacia otro lado, atribuir sus incompetencias... Y, sobre todo, adopción de medidas electoralistas. Lamento que Izquierda Unida se sume al lujo,

se sume a los coches oficiales, se sume al Cohíba, se sume a los mariscos, y no se sume a una oferta, a unas propuestas tan necesarias.

[*Rumores.*]

Sí, sí, tan necesarias para ese colectivo de discapacitados, que me quedo totalmente perplejo.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Por favor, guarden silencio.

El señor VALERO RODRÍGUEZ

—Y la verdad es que venía con otro discurso, de sensibilidad, un discurso de confianza, y agradecer esa confianza y esa sensibilidad. Pero creo...

Y tenemos que ser serios, deben de ser serios y honrados por una vez. No miren a otro lado y no atribuyan sus defectos a otros.

Ustedes hablan mucho de plan de acción, han hablado de leyes, han hablado de programas... Pero, de forma real, dígame cuánto se ha hecho por hacer efectivo los derechos individuales de las personas con discapacidad. Y yo se lo voy a decir: no han hecho absolutamente nada, porque seguimos teniendo los mismos problemas.

Por tanto, ustedes, señorías, se han atrincherado en la más extrema radicalidad. Resulta incomprensible la radicalidad de no apoyar una serie de propuestas que son totalmente asépticas, son totalmente necesarias y con un solo objetivo, que es beneficiar a todos los andaluces.

Enarbolan una bandera que no les pertenece. Ustedes no pueden patrimonializar, ni mucho menos, la defensa del Estado de bienestar y de los servicios —y ya voy concluyendo—, ya que, precisamente, son ustedes quienes han cometido el mayor atentado contra el Estado del bienestar, que nos hemos encontrado antes de noviembre de 2012 un 32% de parados. Ese es el mayor atentado, una destrucción de miles y miles de empresas, más de treinta mil familias en el umbral de la pobreza, más de quinientas mil personas que no tienen ingresos de ninguna clase. Por tanto, resulta incomprensible que ustedes... Y no hablen de recortes, ni mucho menos, cuando ustedes son los campeones, no solo en los recortes, sino también en el despilfarro.

Muchísimas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Valero.

## 9-13/PNLC-000188. Proposición no de ley relativa al reconocimiento de la talasoterapia como segmento específico dentro del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía y fomento de la implantación de la talasoterapia en Andalucía

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Pasamos al siguiente punto, la segunda proposición no de ley. En esta ocasión es también a propuesta del Grupo Parlamentario Popular Andaluz, y, en este caso, es relativa al reconocimiento de la talasoterapia como segmento específico dentro del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía, y fomento de la implantación de la talasoterapia en Andalucía. Para ello tiene la palabra su proponente, la señora Ruiz-Sillero.

Tiene su señoría la palabra.

La señora RUIZ-SILLERO BERNAL

—Muchas gracias, señora presidenta.

El Partido Popular presenta esta iniciativa, con el objeto de que se incluya la talasoterapia dentro del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, como segmento específico, y para que a la vez se fomente la implantación de la talasoterapia en Andalucía.

Como saben ustedes, la talasoterapia proviene de la palabra griega *thalassos* —mar—, y de lo que se trata es de captar las propiedades del mar para tratamientos tanto medicinales como tratamientos turísticos, que es lo que vamos a debatir en el día de hoy. Se trata, como decía, de combinar con fines terapéuticos, preventivos, curativos y de ocio, los beneficios del mar, del clima, solar, del agua, las algas, las sales minerales, lodos y otras sustancias extraíbles del mar.

Existe una definición europea del término talasoterapia, establecido según el criterio emitido por la Asociación Europea de Balnearios, para garantizar unas normas de calidad altas y establecer el término como una marca.

La talasoterapia cubre un espectro ancho, que va, desde el tratamiento médico de enfermedades crónicas, a la profiláctica en individuos sanos. Es, sin duda, un componente de bienestar que puede desarrollar el turismo de salud y bienestar, y ofrecer a los clientes prestaciones de gran calidad. A nivel internacional, nuestros competidores turísticos, como Túnez, Grecia o Francia, que es el país líder en el sector, disponen de cientos de centros de talasoterapia. A nivel español, comunidades autónomas como Galicia, Murcia o Valencia, por citar algunas, disponen de normas propias en el ámbito turístico, que contemplan los centros de talasoterapia y promocionan y fomentan la misma en sus respectivos territorios.

En Andalucía, el segmento específico del turismo de salud y belleza se incluye dentro del Plan General de Turismo Sostenible, sin embargo, no hay un reconocimiento expreso para la talasoterapia, ni tampoco se impulsa, desde la Consejería de Turismo y Comercio, la implantación de centros de talasoterapia.

Andalucía, como saben ustedes, señorías, dispone de 917 kilómetros de costa, bañados tanto por el mar Mediterráneo como por el océano Atlántico. Dispone de los elementos naturales para convertirse en un referente europeo en talasoterapia, que debe de ser un atractivo turístico de primer nivel, convirtiéndose además

en un sector importante para la creación de empleo. Pero, desgraciadamente, este sector no está contemplado como tal en Andalucía.

Por ello, la idea del Grupo Parlamentario del Partido Popular es presentar esta iniciativa con un doble objetivo, que viene recogido en la proposición no de ley: por un lado, que se incluya la talasoterapia como segmento específico del turismo de salud y belleza, a incluir a su vez en el Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía 2014-2020; y para que se fomente y facilite, con el cumplimiento de todos los requisitos legales correspondientes, la implantación de centros de talasoterapia en Andalucía, aprobando para ello las medidas legislativas y de fomento necesarias en aras de su proyección.

Lamentablemente, lo que no podemos, desde Andalucía, es darles ventaja a otros países competidores en el ámbito turístico, como ya he dicho.

Túnez, que ahora no es potencia turística por las circunstancias políticas que vive, hay que decir que es el líder, junto con Francia, de la talasoterapia, teniendo nosotros, desde Andalucía, características propias, como he dicho, para encabezar ese liderazgo a nivel nacional y a nivel internacional.

Tengo, por ejemplo... Quisiera citar, por ejemplo, la Ley de Turismo de Galicia del año 2011, donde, en su artículo 61, regula los hoteles Talaso. Sin embargo, aquí, en Andalucía, pues no tenemos tal regulación.

Desde las asociaciones del sector, pues se pide este reconocimiento expreso a este sector turístico, por lo que podría suponer de revulsivo importante para todo el territorio andaluz bañado por el mar Mediterráneo y por el océano Atlántico, como oportunidad de negocio.

Creo sinceramente que es una oportunidad para que los tres grupos parlamentarios se posicionen a favor, por la creación, el apoyo y el fomento de este proyecto, de este segmento de turismo, que es el de talasoterapia, que aún no está bien regulado, ni está desarrollado en su totalidad en Andalucía.

Muchísimas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Ruiz-Sillero Bernal.

A continuación, para posicionar a los distintos grupos parlamentarios, le damos la palabra, en primer lugar, al Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, y a su portavoz, la señora Pérez.

### La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, presidenta.

Con respecto a esta iniciativa que presenta el Partido Popular, hay que decirle que el segmento turístico de salud y belleza se compone de todos aquellos turistas que buscan el bienestar, la belleza y el descanso, siendo esta la principal motivación para realizar el desplazamiento. En general, todos aquellos viajes realizados con el fin de obtener beneficios relacionados, bien con la salud, con el bienestar o con la estética.

Tal y como reconoce el propio Instituto de Turismo de España, Turespaña, todavía no existe una definición clara y unánime aceptada por todas las entidades, instituciones y expertos relacionados con la

temática, algo que comentaba la portavoz del Partido Popular. Ni existe, a nivel de España, ni tampoco a nivel internacional, sobre lo que significa en sí lo que es el turismo de salud, muy distinto es el turismo sanitario público.

No obstante, si se toma como base la definición de la terminología salud, que de la World Health Organization, podremos interpretar el concepto «turismo de salud» de la siguiente manera, turismo de salud se entendería como «aquellos productos, instalaciones y servicios que se han diseñado para recuperar, mejorar y/o mantener la salud a través de una combinación de actividades de rehabilitación, curación, ocio, recreación, o educativa, en un espacio alejado de las distracciones del trabajo y de la vida diaria».

En la actualidad, y teniendo en cuenta esa indefinición de la que estoy hablando en este momento, podríamos apuntar que el denominado segmento de turismo de salud y belleza define la práctica creciente de viajar por un determinado periodo de tiempo con la motivación, primero, de mantener el tratamiento profesionales y médicos en el destino tales como la cardiología, rehabilitación, cirugía dental o plástica, oncología, estética corporal o facial, entre otros; o bien, servicios de carácter termolúdicos y de ocio saludable. En este caso, las personas se desplazan para disfrutar de lugares donde encuentran diversiones sanas, educativas y recreativas, a la vez que cuidan su salud. También englobaría a turistas que buscan climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud, y que, en su lugar de residencia, no lo pueden disfrutar. Incluso en periodos de recesión económica, este turismo resulta ser la solución a los problemas de ansiedad y estrés, mediante escapadas de relax y tratamientos en la propia ciudad.

Es interesante igualmente destacar la clasificación que realizan la Asociación Mejicana de Turismo de Salud, que divide el turismo de salud en tres grandes grupos: el Turismo Médico, el Turismo Wellness y el Turismo de Medicina Alternativa y Complementaria.

Por tanto, en función del tipo de servicios que se prestan, el enclave en el que se encuentran situados los tipos de aguas utilizadas y los beneficios que se obtengan con los tratamientos realizados, las instalaciones que fomentan el llamado Turismo de Salud y Belleza se reconocen como centros, bien de *spa*, bien *wellness*, talasoterapia y balneario. Y sí me gustaría entrar en la definición de cada uno de ellos, para concluir con el posicionamiento del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida en esta proposición no de ley.

El *spa* se utiliza para denominar instalaciones situadas preferentemente en establecimientos hoteleros y centros de estética que utilizan el agua corriente como principal elemento de su tratamiento. Las aguas no tienen ninguna característica, en este caso, mineromedicinal.

Los centros *wellness* se utilizan para denominar aquellas instalaciones ubicadas en clubes deportivos o establecimientos hoteleros que reúnen zonas de agua, termales, de *fitness* y de tratamientos médico-estéticos o de fisioterapia. Las aguas..., estas aguas no tienen ninguna característica tampoco mineromedicinal.

Los centros de talasoterapia se utilizan para denominar un sistema terapéutico natural que combina el agua del mar, el aire marino y la radiación solar. Sus servicios tienen funciones terapéuticas, y se realizan bajo control médico para prevenir o curar enfermedades. Estos centros deben estar situados obligatoriamente cerca del mar y equipados de sistemas complejos para la captación, esterilización y rápida utilización del agua con el fin de evitar que pierda sus propiedades.

Y los balnearios se tratan de establecimientos o centros que disponen de agua mineromedicinales, declaradas y reconocidas de utilidad pública, servicios médicos e instalaciones adecuadas para llevar a cabo

los tratamientos que se prescriban. Prestan servicios de carácter medicinal, y sus aguas son tanto preventivas como curativas.

Por tanto, vemos que el turismo de salud no es producto homogéneo sino que existe una amplia gama de ofertas de centros, que se distinguen por la motivación principal de sus usuarios, los servicios que prestan y los tratamientos ofrecidos: el tipo de agua utilizada, del cliente objeto..., objetivo, perdón; la imagen asociada, el nivel de precios y los sistemas de especialización y un largo etcétera.

Por tanto —concluyo—, la división que se efectúa en segmentos dentro del Plan General de Turismo Sostenible es adecuada ya que considera como segmento específico salud y belleza, y dentro de este, como tratamientos específicos, se encuadra los centros de talasoterapia. Y que es materialmente inviable, inoperativo, establecer segmentos dentro de este Plan General de Turismo Sostenible para cada uno de los microsegmentos que son posibles extraer en el campo del turismo. Y, finalmente, que los centros de talasoterapia se fomentarán dentro del segmento de salud y belleza.

Por tanto, cuando la iniciativa que presenta el Partido Popular habla de incluirlo como un segmento específico, ya aparece como un microsegmento especificado dentro del segmento amplio de turismo y salud. Y, por tanto, cuando habla de fomentar y facilitar la implantación de centros de talasoterapia en Andalucía, estos centros ya están implantados con unas características predeterminadas, y entendemos que la consejería no puede fomentar esa implantación de forma directa. Por tanto, nuestro voto en este caso sería en contra de la iniciativa.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez.

A continuación, para posicionar al Grupo Parlamentario Socialista, tiene la palabra, su portavoz, la señora Colón.

Tiene su señoría la palabra.

### La señora COLÓN LOZANO

—Gracias, señora presidenta.

El Plan Andaluz de Turismo Sostenible de Andalucía se enmarca dentro de los objetivos y de las líneas de actuación recogidas en el Pacto Andaluz por el Turismo, que se firmó a principios de año entre la Consejería de Turismo y Comercio, la Confederación de Empresarios de Andalucía y las organizaciones sindicales, UGT y Comisiones Obreras.

Los objetivos del plan son básicamente potenciar el tejido empresarial y generar empleo estable, promover un uso óptimo de los recursos, favorecer la rehabilitación de los destinos maduros, fomentar la implantación de las nuevas tecnologías y sistemas de calidad para impulsar el reconocimiento social de la actividad turística y generar sinergia con otros sectores productivos.

Se trae aquí hoy una propuesta referida a la talasoterapia, a sus bondades para la salud y para el bienestar, a lo que hacen en otros países y a lo que hacen en otras comunidades autónomas de nuestro país para

fomentar el turismo de este microsector. Pero, a nuestro juicio, el objetivo no debe ser reconocer la talasoterapia como segmento específico dentro del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, el objetivo debe ser fomentar esta técnica, la talasoterapia, en nuestra comunidad.

El Grupo Parlamentario Socialista no somos contrarios a ello. De hecho, somos conscientes de que la talasoterapia es un método natural, placentero, y que, sin duda, resulta muy beneficioso para las personas. Es un método que está basado en la utilización del medio marino, las aguas..., agua de mar, algas, barro, y otras sustancias que se extraen del mar.

La talasoterapia ha estado presente en diversas épocas y por diversas civilizaciones que nos han precedido: los egipcios, los romanos ya la usaban, y así también existen escritos de Hipócrates que recomiendan su utilización..., del agua del mar como terapia para algunas dolencias, si bien es verdad que en nuestro país es en el siglo XIX cuando comienza a utilizarse la talasoterapia en el sector turístico, haciendo que esta técnica se conozca más y aumente su demanda y que empiecen a aparecer establecimientos especializados en esta técnica.

Pero el Plan General de Turismo Sostenible ya en sí mismo recogerá esta medida, porque es un objetivo específico fomentar los centros de talasoterapia dentro del segmento salud y belleza, que, por otra parte, no es una línea de trabajo nueva del Gobierno andaluz, no es una línea de trabajo nueva de la Junta de Andalucía, ya que ha sido recogido previamente en planes que anteriormente la Consejería de Turismo y Comercio ha venido impulsando. De hecho, nuestra comunidad dispone de una amplia gama de ofertas de centros que se distinguen por la motivación principal de sus usuarios, los servicios que prestan y tratamientos ofrecidos, el tipo de agua utilizada, el cliente objetivo, la imagen asociada, el nivel de los precios, los sistemas de comercialización y un largo etcétera.

Entendemos que la división que se ha efectuado en segmentos dentro del Plan General de Turismo Sostenible es adecuada, ya que considera como segmento específico salud y belleza y, dentro de este segmento, como tratamiento específico se encuadran los centros de talasoterapia. Por lo tanto, no nos parece oportuno, no nos parece necesario que tengamos que considerar sumar nuevos segmentos al Plan General de Turismo Sostenible, dado que podrían ser infinitos dada la amplia gama de campos que recoge el turismo en Andalucía.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Colón.

Y ya, para concluir su..., el grupo proponente, la señora Ruiz-Sillero, tiene la palabra.

### La señora RUIZ-SILLERO BERNAL

—Gracias, señora presidenta.

Lamento las palabras que he oído, tanto de la portavoz de Izquierda Unida como de la portavoz del Partido Socialista, que demuestran el total desconocimiento sobre el turismo, con sus palabras es lo que demuestran. Han dicho palabras para calificar la talasoterapia como «indefinición», «microsector», «inviabile»... Desde luego que ustedes no saben de turismo ni saben trabajar para conseguir que Andalucía sea una po-

tencia turística. Todo lo contrario que, por ejemplo, está haciendo Galicia, y le digo sinceramente que Andalucía tiene muchísimas más potencialidades que Galicia. ¿Cuál es la pena que tienen los andaluces? Que les gobierna un bipartito de socialistas y comunistas que está siendo nefasto para el sector turístico, así de claro y así de contundente lo tengo que decir.

¿Qué es un microsector? ¿El turismo idiomático es un turismo de microsector o no lo es, por ejemplo? ¿No se le puede reconocer? ¿O el turismo gastronómico? ¿El turismo deportivo? Todos son segmentos turísticos y a todos hay que potenciarlos. Y, precisamente, en Andalucía —es lo que exponía en mi primera intervención— no está potenciado, no está fomentado, no está desarrollado, y es una pena. Hay un potencial turístico en materia de talaso increíble, y Andalucía lo está desperdiciando.

Miren, las cifras pueden alcanzar anualmente en este sector una facturación de 126 millones de euros. ¿Y qué es lo que está haciendo el Gobierno andaluz? Dejarlos escapar, que vayan a otras comunidades autónomas. Estupendo, se quedan en España, pero, ¿y estupendo que se van a Francia? ¿Y estupendo que se van a Túnez? Eso es lo que están haciendo el PSOE e Izquierda Unida: ahuyentar las potencialidades turísticas de Andalucía.

Yo no sé si las dos portavoces, tanto del PSOE como de Izquierda Unida, saben que se celebra un congreso internacional para hablar de talasoterapia, y allí hay más de ciento cincuenta representantes de 10 países —y, entre ellos, están también de España—, y hablan de la nueva frontera de la talasoterapia, un desafío para el tercer milenio, y acordaban pues solicitar la regulación del sector y para garantizar la salud de los ciudadanos. En este congreso pues se ponía de manifiesto lo que he estado aquí manifestando.

Y lo que yo lamento es que no quieran apoyar a un sector turístico. Ni siquiera es que son capaces de reconocer una buena propuesta porque viene de la mano del PP, eso es lo que está ocurriendo aquí, en Andalucía, se ponen tanto PSOE como Izquierda Unida unas gafas negras para no ver nada de lo que propone el Partido Popular, porque les molesta que el Partido Popular esté al lado del sector turístico, porque esta propuesta, cuando la trae el Partido Popular, les puedo decir que no es una invención ni del Partido Popular..., ni es una invención de la diputada que habla: es una reivindicación del sector, porque el sector hotelero y el sector turístico quieren tener una normativa clara sobre la talasoterapia, porque quieren también que se fomente. ¿Para qué? Para tener oportunidades de negocio, oportunidades de crecimiento, oportunidades de traer turismo, oportunidades de traer riqueza a nuestra tierra, oportunidades que continuamente dicen el PSOE e Izquierda Unida que no. Es que no tiene sentido que digan que no, sinceramente les pido que reflexionen, es que no tiene ningún sentido que digan que no. Es que, ¿para qué lo vamos a incluir? Ya vale..., es que eso se sobreentiende. No, hay que incluirlo. Galicia lo reconoce en su Ley del Turismo, en el artículo 61, como he dicho, regulando los hoteles talaso, y hacen campañas de promoción, hacen programas de noches saludables, incentivando la llegada de turismo y que consuman este tipo de productos. Y ustedes se niegan.

Y podemos evitar luchar también contra la estacionalidad turística, pero siempre dicen que no a todo. Sinceramente, es que no sé qué quiere el Partido Socialista y qué quiere Izquierda Unida hacer con el turismo. Si por ellos fuera, cerraban todo, ellos están en el no continuo, pero el sector turístico tiene que conocer de sobra estas palabras que han dicho sobre la talasoterapia: es un microsector, es indefinición, es inviable, no hay que sumar nuevos segmentos... Es decir, la estancación en todo, la paralización en todo, la no evolución, propio de los regímenes comunistas y socialistas, que es lo que nos está gobernando. La paralización absoluta,

la no evolución, el no progreso. Yo lamento, lamento sinceramente que no quieran apoyar la creación de un segmento específico dentro del turismo de salud y belleza y que no vayan a fomentar este segmento turístico.

Y lo que me parece también —para terminar, voy diciendo— increíble es que la portavoz de Izquierda Unida, que supongo que está hablando en nombre directamente del consejero, por ser de su partido, dice que no puede fomentar de forma directa estos centros. Pero si lo que tiene que hacer la Consejería de Turismo es fomentar las oportunidades de negocio, fomentar todos los sectores y todos los segmentos turísticos. Como un sector también pujante, ahora que estamos..., que vamos a entrar en otoño, de las setas, del turismo micológico. Habrá que potenciar y fomentar cualquier sector turístico; eso es lo que tenemos, desgraciadamente, en nuestra tierra.

Pero, desde luego, que el sector turístico conocerá de primera mano que han dicho que no a su fomento, que no a su reconocimiento y, en definitiva, que no al progreso del turismo en Andalucía.

Muchísimas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Ruiz-Sillero.

## 9-13/PNLC-000281. Proposición no de ley relativa a la aprobación de un plan turístico para la ciudad de Almería

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Y, a continuación, pasamos a la siguiente proposición no de ley, en este caso relativa a aprobación de un plan turístico para la ciudad de Almería.

El grupo proponente es el Grupo de Izquierda Unida Los Verdes. Y, para ello, le doy la palabra a su portavoz.

La señora MARTÍN ESCOBAR

—Gracias, señora presidenta. Y decir que es todo un placer estar en esta Comisión de Turismo.

Decir que la proposición no de ley que presenta el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, relativa al plan turístico de la ciudad de Almería, viene a encuadrarse dentro de lo que es la Ley de Autonomía Local en Andalucía, una ley que establece como competencias propias municipales la promoción del turismo a través de la participación en la formulación de instrumentos de planificación y promoción del sistema turístico en Andalucía. Y, además, está enmarcada en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía, en la que se establece que los municipios se dotarán de planes turísticos de grandes ciudades con población de derecho superior a los 100.000 habitantes, y que podrán ser objeto de planes turísticos específicos para la promoción y fomento del turismo. Han sido ya varias las ciudades andaluzas que se han acogido a esta normativa y han firmado convenios de colaboración con la Consejería de Turismo y Comercio; entre ellas, Málaga, Sevilla, Cádiz, y actualmente se está en negociación con Córdoba.

El pasado mes de mayo era aprobado en el Pleno y por unanimidad de la corporación municipal del Ayuntamiento de Almería, a instancias del grupo municipal de Izquierda Unida, el inicio de los trámites para elaborar un plan turístico de grandes ciudades para la ciudad de Almería, en colaboración con la Consejería de Turismo y Comercio. Corresponde, por tanto, la solicitud formal del Ayuntamiento de Almería a la Junta de Andalucía, tal y como establece la propia ley, y comenzar a elaborar entre ambas administraciones un convenio de colaboración para el plan turístico de la misma, cuyos objetivos principales deben ir encaminados a diversificar las posibilidades urbanas, culturales y de ocio de la ciudad, mejorando la oferta turística mediante la puesta en valor del patrimonio cultural, social y natural, contribuyendo al desarrollo de la industria turística de Almería.

Corresponde, por tanto, firmar un convenio de colaboración entre el ayuntamiento y la Consejería de Turismo y Comercio, y que, además, elijan una fórmula para hacerlo, que sea la fórmula de cooperación entre ambas administraciones, junto al sector privado, realizando un esfuerzo económico necesario que permita potenciar y aumentar la competitividad turística de Almería, en general, y de la ciudad, en particular, por lo tanto, de Andalucía. Y que contenga los siguientes objetivos con el fin de permitir consolidar la ciudad de Almería como capital del turismo cultural y urbano, adecuando el medio urbano al uso turístico e impulsando la accesibilidad universal, permitiendo reforzar la puesta en valor del patrimonio cultural de Almería, así como la

creación y comercialización de productos turísticos, particularmente los vinculados al turismo cultural y gastronómico; que permita aumentar la calidad de los servicios turísticos de la ciudad, mejorando los productos turísticos existentes y creando nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos; y, a la vez, sensibilizar e implicar y hacer partícipes a la población, a los agentes locales, en una cultura de calidad turística en aras de fortalecer la competitividad del sector turístico local.

Ello significa que, en esa colaboración mutua entre ambas administraciones, la autonómica y la Administración local, se requiere también de compromisos. Compromisos por parte de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, que ha de considerar como prioritarios, dentro de sus programas de actuación y apoyo al sector, los proyectos turísticos del ayuntamiento de Almería, acordes a los objetivos del mencionado plan. Y, por otro lado, el Ayuntamiento de Almería ha de iniciar las actuaciones necesarias de rehabilitación patrimonial y cultural acordes a dicho plan, contempladas dentro de las actuaciones que en dicha materia tiene ya programadas el propio ayuntamiento. Y, a la vez, ha de ser transmisor y difusor de la filosofía, los objetivos y las realizaciones del plan entre la población y los agentes turísticos de la ciudad, así como dar la importancia al interés de la actividad turística en sí. Por lo tanto, debe ser garante y velador de la sostenibilidad económica y social y medioambiental de la ciudad, especialmente por la calidad del medio ambiente urbano y por la de los servicios públicos.

Como ustedes saben, Almería posee una enorme riqueza cultural y medioambiental, constatada por sus diversos monumentos histórico-artísticos, por su patrimonio natural, así como su patrimonio social presente en las tradiciones populares y en su amplia oferta gastronómica. Dichos elementos hacen de la ciudad de Almería un espacio urbano con un enorme potencial turístico, cuyos datos han sorprendido a propios y a extraños en los niveles de ocupación que se han registrado durante este verano, situándose..., a pesar de las dificultades en cuanto a infraestructuras y comunicaciones que arrastra desde tiempo inmemorial la provincia de Almería. Hoy ya no hay la menor duda de que el turismo es un pilar básico de la economía local y que se ha convertido en un destino turístico preferente.

Tenemos, por lo tanto, un instrumento que nos ampara, la Ley de Autonomía Local. Tenemos la predisposición de ambas administraciones. En Fitur se dieron los primeros contactos entre el alcalde de Almería y la delegada provincial de Fomento, Vivienda, Turismo y Comercio. Hay un acuerdo unánime de la corporación municipal. Luego, con esta proposición no de ley que presenta el grupo parlamentario en el día de hoy, solo pretendemos que mostremos los tres grupos políticos aquí representados la misma voluntad política, impulsando esta iniciativa para dotar de productos turísticos a la ciudad de Almería, para agilizar el convenio y que se refleje en el presupuesto 2014 con la finalidad de que, en el marco de la celebración del Milenio de Almería, que como ustedes saben se celebrará el año que viene, comiencen las primeras actuaciones.

Sin más, esta es la exposición de motivos y el motivo principal por el que presentamos desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida esta proposición no de ley.

Muchas gracias.

**La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN**

—Muchas gracias, señora Martín.

Y, a continuación, para posicionar al Grupo Parlamentario Socialista, le doy la palabra al señor Recio. Tiene su señoría la palabra.

## El señor RECIO MENÉNDEZ

—Gracias, presidenta.

Señorías, es una buena noticia que hoy tengamos en esta comisión la oportunidad de debatir sobre la aprobación de un plan turístico de Almería, porque, señorías, con el entorno económico tan turbulento que tenemos, no hay plan estratégico que diez años dure ni sector empresarial ni ciudad que lo resista. Y si los datos que manejamos son correctos, el denominado Plan Estratégico de Turismo de Almería, el último que se conoce, realizado por la empresa Consultur, data del año 2002. ¿Cómo es posible que Almería no haya tenido que renovar en los últimos 11 años la hoja de ruta para aprovechar los excelentes recursos naturales y culturales que posee? ¿Es que no ha habido cambios que justificaran la realización de, al menos, un plan de marketing turístico de la ciudad?

Desde el Grupo Socialista creemos que la planificación es una actividad necesaria en toda organización, sea esta pública o privada, y que cobra mayor sentido cuando, como es el caso del sector turístico, se tienen que coordinar actividades de al menos cuatro niveles administrativos: el europeo, el nacional, el autonómico y el local, y muy diversos agentes privados al mismo nivel territorial que los anteriormente mencionados.

Sin un plan turístico, señorías, solo por casualidad se puede alcanzar una oferta innovadora y de calidad que permita crear riqueza y los puestos de trabajo que Almería tanto necesita.

Han sido muchos los acontecimientos que han ocurrido desde ese año 2002, siendo quizás uno de los más importantes la celebración de los Juegos del Mediterráneo del año 2005, que atrajo a Almería, tanto a la capital como a la provincia, además de las actividades deportivas, una enorme cantidad de inversiones y de infraestructuras relacionadas con el sector turístico, tanto por parte pública —por parte del ayuntamiento, del Gobierno central y de la Junta de Andalucía— como privada.

Sin embargo, señorías, muchos de los problemas que encontrábamos en 2002 siguen presentes. Sin querer ser exhaustivos, sí nos gustaría poner de manifiesto que, de los dos elementos que deben formar parte de un plan estratégico de turismo, solo de forma muy tímida se ha abordado el plan de desarrollo turístico, que tiene como finalidad transformar los recursos en productos turísticos. Del plan de marketing, el otro elemento esencial que sería necesario contemplar, sencillamente no ha existido, no ha estado presente en los planes del ayuntamiento de Almería a pesar de los múltiples ofrecimientos que han sido realizados por los diferentes responsables de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía en los últimos años, para colaborar tanto en su diseño como en la puesta en marcha de las acciones que pudiera contemplar.

Como reconocía hace pocos días el presidente de la Asociación provincial de Empresarios de Hostelería de Almería, ASHAL, don Diego García Molina, «la noticia de que ni el puerto ni el aeropuerto de Almería están incluidos en la red básica de proyectos prioritarios del corredor ferroviario del Mediterráneo, según acuerdo alcanzado en la Unión Europea, que no prevé hasta 2020 el Ave entre Murcia y Almería, nos ha caído como un jarro de agua fría, porque esta decisión supone una condena a muerte para la provincia». Y continúa su razonamiento el presidente de ASHAL advirtiendo de que «de nada servirán las acciones de

promoción turística ni de ningún otro tipo que se quieran hacer si luego nuestros visitantes no tienen forma de acceder a la provincia o se encuentran alternativas tan tentadoras como un Ave Madrid-Alicante-Madrid por menos de treinta y cinco euros».

Hay que equiparar Almería al nivel de infraestructuras que se merece, y potenciar aquellas que ya tenemos. Sin Ave, sin terminar la conexión por autovía Motril-Adra, y fuera del mapa del Corredor del Mediterráneo, difícil futuro para Almería se nos presenta.

La accesibilidad, señorías, es fundamental desde el punto de vista turístico. Para poder desarrollar de forma eficaz el plan turístico para la ciudad de Almería, es condición necesaria que las infraestructuras a las que acabamos de hacer referencia se prioricen por parte del Gobierno de España, que es la autoridad competente, siendo conscientes de que hasta que no sean una realidad las enormes posibilidades que tiene Almería, desde el punto de vista de los recursos, se verán cercenadas.

Siendo la posición del Grupo Parlamentario Socialista positiva a apoyar todos y cada uno de los puntos que aparecen en la PNL que estamos debatiendo, nos gustaría plantear que el Gobierno de España debe priorizar y agilizar al máximo posible las inversiones relativas a las infraestructuras ferroviarias, tanto en el denominado Corredor Ferroviario Mediterráneo, donde deben estar incluidos en la red básica de proyectos prioritarios, tanto el puerto como el aeropuerto de Almería, como el tren de alta velocidad Ave hasta su efectiva llegada a la ciudad de Almería, así como terminar la autovía A7 desde la ciudad de Motril hasta la ciudad de Adra, dada la vital importancia que tienen para el desarrollo turístico de la ciudad y de la provincia de Almería.

Porque, señorías, hablaba el señor Raynaud de moratorias... Pues, para el sector turístico de Almería, la moratoria ha venido vía Presupuestos Generales del Estado del año 2014. No hay Ave ni ninguna de las infraestructuras a las que acabo de hacer mención.

Y hacían también sus señorías mención a si se era más de izquierdas o más derechas... Parece que el PP tenga ahora mismo un *izquierdómetro* en el que sean capaces de medir si una posición es más de izquierdas o de derechas. Pues, miren, señorías, creo que el izquierdómetro está en los presupuestos, y, desde luego, los Presupuestos Generales del Estado del año 2014, clarísimamente, no son un presupuesto que primen ni las infraestructuras de Andalucía, ni, por supuesto, en el turismo en Almería.

Muchas gracias.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Recio.

A continuación toma la palabra la representante, la portavoz del Partido Popular Andaluz, la señora Espinosa. Tiene su señoría la palabra.

### La señora ESPINOSA LÓPEZ

—Sí. Gracias, señora presidenta.

Señorías, hoy tengo la satisfacción de, en nombre del Grupo Parlamentario Popular, poder dar un rotundo sí a Almería, al plan turístico de la ciudad de Almería.

Apoyar formalmente hoy, aquí, esta proposición no de ley, en la que muchos de cuyos aspectos, el ayuntamiento ya viene trabajando, puesto que el proyecto que ahora se impulsa, por parte de Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, tuvo su primera entrada, sus primeras peticiones, en la Consejería de Turismo del Gobierno de la Junta de Andalucía hace más de cuatro años, aunque, lamentablemente, el señor Recio no lo conozca.

Nosotros hoy nos felicitamos, y felicitamos a toda la comisión, y, sobre todo, deseamos que salga adelante esta iniciativa, porque es una iniciativa importantísima para Almería. Es, como ha destacado la portavoz de Izquierda Unida, prácticamente gemela de una moción que llevó el Grupo de Izquierda Unida en el Ayuntamiento de Almería a pleno, y que salió aprobada, por supuesto, con todos los votos del Partido Popular y del alcalde de Almería.

Nosotros estamos muy contentos, nos alegra muchísimo, y mis compañeros del Ayuntamiento de Almería así nos lo han trasladado, este cambio en la Consejería de Turismo, porque hemos encontrado por fin, por fin, más receptivo a Izquierda Unida para adelantar el turismo en Almería, que al Grupo Parlamentario Socialista, que lleva más de treinta años sin hacer nada en Almería.

Este proyecto conjunto es un proyecto positivo. Y nos agrada mucho, porque no pretende otra cosa, no busca confrontar —y esto es bueno—... No pretende otra cosa que buscar la máxima difusión de los valores turísticos de la capital, de la provincia de Almería, y contar con la colaboración y la máxima lealtad entre las administraciones implicadas y las personas competentes en materia turística.

Nosotros esperamos que, dentro de lo que... Aunque es una proposición no de ley muy pormenorizada, nosotros comprendemos y entendemos que serán las administraciones implicadas las que tendrán que perfilar y pulir el contenido de ese plan turístico para la provincia, para la capital de la provincia de Almería.

Pero nosotros la vamos a aprobar entera como está, sabiendo que luego lo van a tener que perfilar las administraciones implicadas. Porque queremos que quede claro ese sí rotundo del Grupo Parlamentario Popular a Almería, y ese sí rotundo a iniciativas positivas para nuestra tierra, como pueda ser esta, venga de la mano de quien venga.

Es de prever también que, gracias a este plan turístico, en el futuro, en el Almería, se puedan crear muchos puestos de trabajo y que se puedan crear las condiciones para que nuestra provincia, y la capital, que es la punta de lanza de la provincia, se pueda vender en el exterior.

Yo no puedo dejar de citar el trabajo, y de, incluso, citar al alcalde de Almería, a Luis Rogelio Rodríguez Comendador, quien está convencido de que una de las principales fortalezas y señas de identidad de la economía de la ciudad y de toda la provincia tendrá que ser el turismo. El turismo es considerado, por el equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Almería, por el alcalde de Almería, como fundamental para ayudar a superar la crisis, como fundamental para generar empleo, como fundamental para generar crecimiento económico.

De hecho, la capital puede ser una de las puntas de lanza del turismo en la provincia, porque cuenta con una amplia oferta turística, como ha puesto también de manifiesto la portavoz de Izquierda Unida —y eso es importante, y a la que yo me sumo—: sol y playa, el mejor clima de Europa, costas vírgenes en los alrededores de San José, [...] para tener turismo rural, deporte con campos de golf, deportes acuáticos, un amplio patrimonio artístico, un patrimonio histórico —por ejemplo, los refugios de la Guerra Civil, o la alcazaba—, una excelente gastronomía y unos servicios atractivos, que, poco a poco, va implantando el ayuntamiento, como el proyecto de tener wifi en todo el casco histórico, o los autobuses turísticos.

Así que un rotundo sí a Almería, y un rotundo no a la demagogia que el Grupo Parlamentario Socialista ha dejado caer en esta proposición no de ley, que no merecía esto.

Yo plantearía una enmienda similar a la que ha planteado el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista. El Partido Popular está trabajando por que llegue cuanto antes el Ave. Ahora mismo, lo que estamos es pagando las facturas que dejó Pepiño Blanco sin pagar.

El Partido Popular está comprometido con el final de la A7 para el fin de esta legislatura. El Grupo Parlamentario Popular, el Gobierno de España, está comprometido con el futuro de Almería. Fueron muchas las inversiones que realizó el Gobierno de José María Aznar para Almería 2005, mientras que nos quedamos esperando las de la Junta de Andalucía.

Y yo plantearía una enmienda, que es una enmienda para descorder el velo, para que caiga el velo que ha intentado alzar en esta comisión el portavoz del Grupo Socialista. Y mi enmienda sería de adición: que parte del dinero que se recupere del fraude de los ERE se destine a la Autovía de Alanzora, que ha hecho perder mucho turismo y muchos puestos de trabajo en la provincia de Almería.

Pero, como yo entiendo que esto al final enturbiaría el sí a Almería, al plan turístico de Almería y al milenario de Almería, que celebraremos el próximo año, la retiro para dejar patente este rotundo sí, fuera de la confrontación, a la ciudad de Almería y al turismo para Almería.

### La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Espinosa.

Y ya, para concluir, le damos la palabra al grupo proponente, a la señora Martín.

Tiene su señoría la palabra.

### La señora MARTÍN ESCOBAR

—Sí. Muchas gracias.

Voy a tratar de ser lo más breve posible, entre otras cosas, por las horas que son y las horas que llevan ustedes aquí.

En primer lugar, agradecer la voluntad política que los grupos parlamentarios han manifestado en el día de hoy, no solo por apoyar esta iniciativa de plan turístico de la ciudad de Almería, sino porque supone, lógicamente, un impulso importante a Almería en estos momentos.

Por lo tanto, vayan mis primeras palabras de agradecimiento en ese sentido, porque hay que buscar fórmulas de colaboración y de sinergia. Esta es una oportunidad única, una oportunidad, en la que la Andalucía oriental no debemos quedar despegados. Ya está en Málaga, ya está en Sevilla, ya está en Córdoba, prácticamente, y Almería, por estar en una esquina, ya demasiados son los desfases que ha tenido a lo largo de su historia.

Por lo tanto, decir que este plan turístico, que está enmarcado principalmente en lo que supone la creación de productos turísticos e impulsar, por tanto, los entornos..., y cuando hablamos de entornos estamos hablando de entornos turísticos, que en una ciudad, como la ciudad de Almería, lógicamente, significa adecuar esos entornos, el entorno de la Alcazaba, todo lo que significa el casco antiguo, y poner el mejor escenario posi-

ble para posibilitar la comercialización de esos productos turísticos que tenemos que ofrecerle al turista, que tenemos que ofrecerles a los destinatarios que nos visitan en la provincia de Almería.

Por lo tanto, no se trata, no se trata de una proposición no de ley o de un plan que vaya en el sentido de generar grandes infraestructuras; se trata de adecuar entornos, se trata de productos turísticos, se trata de impulsar el turismo en la provincia de Almería.

Lógicamente, ha habido algunas cuestiones a las que yo quiero referirme en la situación de la necesidad de Almería, mayor acceso, mayor infraestructura. Creo que corresponde a otra proposición no de ley, corresponde a otra comparecencia, corresponde a otra iniciativa que, tanto el Partido Popular como el Partido Socialista, podrán hacer en cualquier momento, pero en estos momentos, como digo, no se trata de grandes infraestructuras, sino de impulsar el turismo en la provincia de Almería.

Y, lógicamente, claro que es verdad que hay dinamismo en el sector, hay una mayor competencia internacional, que los cambios socioeconómicos están ahí, las nuevas tecnologías y la mayor exigencia de los turistas, que demandan un servicio de calidad, una oferta turística variada y la vivencia de nuevas experiencias constituyen, por lo tanto, unos retos que hay que afrontar desde la perspectiva de un desarrollo turístico basado en la sostenibilidad, en la calidad y en la innovación. Y eso, lógicamente, se traduce en que se genera riqueza y empleo allá donde se llevan a cabo iniciativas de este tipo.

Por lo tanto, la puesta en valor de los recursos turísticos, la adecuación del medio urbano al uso turístico, el aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad de Almería, la mejora de los productos turísticos existentes y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos, así como el fortalecimiento del sector turístico local, deben de estar en nuestra agenda política, en la agenda política del ayuntamiento, en la agenda política de la consejería, y, por tanto, generando esas sinergias necesarias para contribuir al desarrollo turístico de la provincia de Almería, que, como pilar económico fundamental en estos momentos, junto a la agricultura, permita, efectivamente, la generación de riqueza y empleo en la provincia de Almería.

Termino diciendo, nuevamente, y agradeciendo a los grupos políticos su predisposición.

Muchas gracias.

## La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Martín.

Ya para concluir la comisión y el orden del día establecido, procedemos a la votación de las distintas proposiciones no de ley. Es verdad que, para la primera proposición del Grupo Parlamentario Popular, Izquierda Unida solicitó votación por separado de todos los puntos, pero no estableció...

*[Intervención no registrada.]*

Puntos 1, 2, 4 y 3, por separado.

Bueno, pues procedemos a la votación, en primer lugar, de los puntos 1, 2 y 4, de la primera proposición no de ley, relativa a adaptación de establecimientos y entornos turísticos a las personas con discapacidad.

Procedemos a la votación del 1, 2 y 4.

Se inicia la votación.

*El resultado de la votación es el siguiente: han sido rechazados, al haber obtenido 7 votos a favor, 8 votos en contra, ninguna abstención.*

Procedemos a la votación del punto 3 de esta proposición no de ley.

Se inicia la votación.

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

Procedemos a la votación de la segunda proposición no de ley, también del Grupo Popular, en la que se solicitaba un Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía y fomento de la implantación de la talasoterapia en Andalucía.

No se ha pedido votación por separado en ninguno de los puntos.

Se inicia la votación.

*El resultado de la votación es el siguiente: ha sido rechazada, al haber obtenido 7 votos a favor, 8 votos en contra, ninguna abstención.*

Y tercera proposición no de ley, en esta ocasión del Grupo de Izquierda Unida-Los Verdes Convocatoria por Andalucía.

Se inicia la votación.

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

Pues nada, señorías. Enhorabuena a Almería.

Muy buenas tardes a todos ustedes. Descansen. Y, si vuelven a casa, tengan un feliz regreso.

Muchas gracias.

[Se levanta la sesión.]

