

COMISIONES



Núm. 64

IX Legislatura

Año 2012

TURISMO Y COMERCIO

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

Sesión celebrada el miércoles, 17 de octubre de 2012

ORDEN DEL DÍA

COMPARECENCIAS

Debate agrupado de las siguientes iniciativas:

- 9-12/APC-000306. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar sobre la puesta en marcha de un Plan de Fomento del Turismo Interior, presentada por los Ilmos. Sres. D. Francisco José Álvarez de la Chica, D. José Muñoz Sánchez, Dña. Clara Eugenia Aguilera García, D. Francisco Jesús Fernández Ferrera, D. Manuel Recio Menéndez y D. José Bernal Gutiérrez, del G.P. Socialista.
- 9-12/APC-000322. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Comercio, a fin de informar de la puesta en marcha del Plan de Fomento del Turismo Interior, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

PREGUNTAS ORALES

9-12/POC-000017. Pregunta oral relativa a la Conmemoración del VIII Centenario de la Batalla de las Navas de Tolosa con la participación de la Consejería de Turismo y Comercio, formulada por la Ilma. Sra. Dña. Amelia Palacios Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

9-12/POC-000264. Pregunta oral relativa a una central de compras y un portal multimedia para pymes comerciales andaluzas, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. Ángeles Isac García y D. José Antonio Miranda Aranda, del G.P. Popular Andaluz.

9-12/POC-000398. Pregunta oral relativa al turismo de golf en Andalucía, formulada por los Ilmos. Sres. D. Manuel Recio Menéndez y D. Francisco Jesús Fernández Ferrera, del G.P. Socialista.

9-12/POC-000399. Pregunta oral relativa a la ITS de la Costa Tropical, formulada por los Ilmos. Sres. Dña. Clara Eugenia Aguilera García y D. Francisco Jesús Fernández Ferrera, del G.P. Socialista.

9-12/POC-000403. Pregunta oral relativa al apoyo al sector turístico en la Costa del Sol Oriental-Axarquía, en Málaga, formulada por la Ilma. Sra. Dña. Antonia Ruiz Oliva, del G.P. Popular Andaluz.

9-12/POC-000418. Pregunta oral relativa a los datos de ocupación hotelera, Sevilla, formulada por el Ilmo. Sr. D. Jaime Raynaud Soto, del G.P. Popular Andaluz.

PROPOSICIONES NO DE LEY

9-12/PNLC-000163. Proposición no de ley relativa al impulso del turismo cultural de interior de Andalucía a través del Camino de Santiago-Camino Mozárabe, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

SUMARIO

Se abre la sesión a las once horas, veinte minutos del día diecisiete de octubre de dos mil doce.

Comparecencias

9-12/APC-000306 y 9-12/APC-000322. Comparecencias del Consejero de Turismo y Comercio, sobre la puesta en marcha de un Plan de Fomento del Turismo Interior (pág. 5).

Intervienen:

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

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

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

Preguntas orales

9-12/POC-000403. Pregunta oral relativa al apoyo al sector turístico en la Costa del Sol Oriental-Axarquía, en Málaga (pág. 21).

Intervienen:

Dña. Antonia Ruiz Oliva, del G.P. Popular Andaluz.

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

9-12/POC-000017. Pregunta oral relativa a la Conmemoración del VIII Centenario de la Batalla de las Navas de Tolosa con la participación de la Consejería de Turismo y Comercio (pág. 23).

Intervienen:

Dña. Amelia Palacios Pérez, del G.P. Popular Andaluz.

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

9-12/POC-000264. Pregunta oral relativa a una central de compras y un portal multimedia para pymes comerciales andaluzas (pág. 26).

Intervienen:

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

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

9-12/POC-000398. Pregunta oral relativa al turismo de golf en Andalucía (pág. 29).

Intervienen:

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

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

9-12/POC-000399. Pregunta oral relativa a la ITS de la Costa Tropical (pág. 32).

Intervienen:

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

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

9-12/POC-000418. Pregunta oral relativa a los datos de ocupación hotelera, Sevilla (pág. 34).

Intervienen:

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

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

Proposiciones no de ley

9-12/PNLC-000163. Proposición no de ley relativa al impulso del turismo cultural de interior de Andalucía a través del Camino de Santiago-Camino Mozárabe (pág. 37).

Intervienen:

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

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

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

Votación del punto 1: aprobado por unanimidad.

Votación del punto 2: rechazado por 7 votos a favor, 8 votos en contra, ninguna abstención.

Se levanta la sesión a las catorce horas, cuarenta y cuatro minutos del día diecisiete de octubre de dos mil doce.

9-12/APC-000306 y 9-12/APC-000322. Comparencias del Consejero de Turismo y Comercio, sobre la puesta en marcha de un plan de fomento del turismo interior

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Buenos días, a todos y a todas. Bienvenido, Consejero, de nuevo a esta la que es su casa.

Empezamos el orden del día con la comparencia, en debate agrupado, la comparencia, por parte del señor Consejero de Turismo y Comercio ante la Comisión, para hablar de la puesta en marcha del Plan de Fomento del Turismo Interior. Esta comparencia la hemos solicitado el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida y el Grupo Parlamentario del Partido Socialista. Acordamos en la Mesa que el debate, como era agrupado, mantener lo que venimos haciendo desde el inicio de las comisiones; es decir, que todos los grupos tenemos el mismo tiempo, con dos turnos de intervenciones, uno primero de diez minutos y una réplica de cinco minutos cada uno.

Y yo, pues, como viene siendo habitual, me tengo que cambiar, porque también intervengo en la comparencia. Gracias y buenos días a todos.

Señor Consejero.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Buenos días.

Sí, señor Consejero, tiene su señoría la palabra.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Presidenta. Señoras y señores diputados.

Quiero comenzar mi intervención felicitando a los grupos políticos de Izquierda Unida y del Partido Socialista, sus grupos parlamentarios, por la petición de comparencia que hoy nos trae aquí y que hace referencia al desarrollo de un plan de fomento del turismo de interior sostenible en Andalucía.

La industria turística es un elemento clave para el desarrollo económico de nuestra Comunidad, ya que, como ustedes saben, representa el 11% del PIB andaluz y el 12% del empleo, lo que supone un sólido pilar para afrontar estos difíciles tiempos de crisis. La fortaleza e importancia del turismo radica en que es una actividad económica intensiva en la aplicación de servicios, siendo este un sector con un peso específico en la estructura productiva de Andalucía. Conscientes

de la naturaleza estratégica del turismo, el objetivo debe ser ambicioso, para poder responder con solvencia a esas expectativas.

Por tanto, no solo se busca compatibilizar de forma armónica la creación y distribución de riqueza con la generación de empleos cualificados y estables y el respeto por el medio ambiente, sino que todo ello se pretende llevar a cabo dentro de un modelo de desarrollo territorialmente equilibrado.

Los modelos turísticos auspiciados hasta el momento han provocado una saturación de los recursos naturales en el litoral y han ejercido una presión excesiva sobre algunas zonas del territorio, fomentándose desde determinados ámbitos una interesada asociación de ideas entre turismo y urbanismo descontrolado, entre turismo y promoción inmobiliaria. Es el momento de pararse a reflexionar e impulsar acciones que nos permitan invertir esta tendencia. La crisis, las crisis, son una contundente señal de que es necesario cambiar las políticas que se venían aplicando y que han contribuido a llevarnos en parte a esta situación delicada.

En este sentido, es necesario implementar modelos de desarrollos turísticos más sostenibles, tanto en el plano medioambiental como en el económico y el social. El apoyo de este Gobierno a las iniciativas turísticas que encajen en este modelo va a ser incuestionable. Es por ello por lo que nuestra política de planificación parte de la idea fundamental de la interlocución con el sector y de la premisa de implicar al mayor número posible de actores turísticos, para de esta forma minimizar las fragmentaciones existentes entre las iniciativas públicas y privadas para lograr una mayor coordinación entre las partes implicadas.

De la indispensable premisa de interlocución y de la necesidad de un modelo de desarrollo turístico equilibrado parte la idea de esta Consejería de impulsar el diseño de un plan de fomento del turismo de interior sostenible. Asimismo, el plan aprovechará el valioso capital social generado en Andalucía por las redes de cooperación público-privada en el marco de las políticas turísticas andaluzas, la treintena de programas de turismo sostenible en marcha en estos momentos y de la política andaluza de desarrollo rural, los 52 grupos de desarrollo rural existentes, que han significado y significan una experiencia exitosa para el desarrollo de nuestra Comunidad Autónoma.

Los grupos de desarrollo rural han supuesto un instrumento de enorme valor para activar las sinergias entre los agentes públicos y privados de los territorios rurales andaluces. Las buenas prácticas que se han desarrollado en estos municipios pueden servir de modelo para la actuación en el futuro plan. Con ellas se han puesto en marcha, en los últimos veinte años, más de veintitrés mil proyectos, que han generado más de cuarenta mil puestos de trabajo y han propiciado la creación de más de mil trescientas empresas. Del mismo modo, esta iniciativa, la del plan del turismo de

interior, va a significar una apuesta firme y decidida por una oferta *alojativa* reglada, permitiendo, además, la consecución de un objetivo clave como es facilitar economías de escala a los vecinos de interior, permitiendo la transferencia de beneficios a los vecinos que habitan este entorno.

En esta línea, el plan se propondrá como gran reto el ser capaz de jugar el papel de eje vertebrador, hasta ahora inexistente, que articule las distintas iniciativas de turismo de interior que día a día se desarrollan, a veces con dispersión, a la vez que actúe como catalizador del importante grupo de actividades que son de aplicación en este segmento turístico.

Es importante remarcar que, en estos momentos de crisis, el turismo interior ha presentado un crecimiento respecto a 2010 de un 9,3%, lo cual habla de la potente expansión que está experimentando este segmento, lo cual indica, a su vez, que el turismo de interior se halla en una fase de desarrollo y de expansión, que tiene un gran potencial, y que cuenta con un amplio mercado por conquistar.

Según datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, el turismo de interior ha movido en 2011 un total de 3,7 millones de turistas. De estos, el 72% han sido de turismo nacional y solo el 28% eran extranjeros, mientras que en otros casos, como el turismo de litoral, hablamos de cifras superiores al 40% de extranjeros. Quiere decir, de estos datos, que, hasta la fecha, el turismo de interior tiene una gran dependencia del turismo nacional.

Por esta razón, una de las estrategias del plan será el fijarse como un objetivo el potenciar y el facilitar el mercado extranjero. Para ello se va a seguir trabajando en la línea de modificar ese imaginario colectivo aún existente en algunos lugares de origen de que Andalucía es básicamente sol y playa, desarrollando acciones de promoción y difusión del potencial del interior andaluz en el exterior de España.

De los datos también se desprende otro importante incentivo para la realización de este plan. Actualmente el turismo de interior tiene una cuota del 12,5% del total de pernoctaciones del conjunto de Andalucía y el 17,2% de las llegadas de viajeros. Sin embargo, este turismo acontece en más del 80% del territorio andaluz, el cual alberga la mayor parte de los recursos naturales y culturales. Esto revela una gran desigualdad en la distribución territorial de la actividad, una infrautilización de los recursos turísticos disponibles y una importante necesidad y oportunidad para dinamizar estas zonas.

Por otra parte, una de las ventajas que ofrece el turismo de interior es la capacidad que tiene para distribuir la actividad turística durante todo el año, ya que, mientras el denominado turismo de litoral se concentra en un 70% durante los trimestres centrales del año —abril a septiembre—, el turismo de interior aglutina en ese mismo periodo un 57%, dejando para el resto de los meses el 43% restante —es decir, para los

meses de enero a marzo y de octubre a diciembre—, generando, por lo tanto, una actividad más homogénea a lo largo de todo el año. Por tanto, el potencial *deses-tacionalizador* que para el sector turístico en su conjunto ofrece el interior es también otro de los elementos que se pretenden desarrollar con el plan de referencia.

Otro dato alentador para poner en marcha esta iniciativa es el relativo al gasto medio diario, ya que el turista de interior eleva su gasto hasta los 69,13 euros, superando en más de diecisiete al turista medio de litoral y en nueve euros la media del turismo en Andalucía.

También destacar que este tipo de turismo hace un uso más intensivo del alojamiento hotelero, demandándolo un 84% de los turistas, frente al 69,68% del conjunto de la Comunidad. Hay que tener en cuenta también que, dentro del perfil del turista tipo, la motivación principal a la hora de elegir el interior de Andalucía como destino vacacional es la visita a monumentos —un 38%—, seguida del turismo de naturaleza y rural —un 17%— y del clima —un 16%—, por lo que el referido plan de fomento debe suponer una herramienta para la puesta en valor y la difusión de los distintos monumentos que se encuentran dispersos por la geografía de nuestra Comunidad, contribuyendo de manera notoria a poder hacer más sostenible la gestión de dichos bienes de interés cultural.

En cuanto a las actividades realizadas por los turistas en el interior, están relacionadas con los motivos de elección de este destino, como la observación de la naturaleza, que es destacada por el 50% de los visitantes; las visitas a monumentos, el 49%; y las compras, el 20%. Del ranquin de conceptos mejor valorados de los destinos turísticos de interior hay que remarcar que el paisaje y los parques naturales, junto al patrimonio cultural y los alojamientos, son los conceptos más valorados entre los turistas.

En este sentido, Andalucía cuenta con un enorme potencial en cuanto a recursos de naturaleza. Saben ustedes que el 16,26% del territorio es espacio protegido, y esto supone una ventaja competitiva respecto al conjunto del Estado, ya que es la comunidad autónoma que alberga el mayor número de parques naturales, con 24, dos de ellos con la catalogación de parque nacional, y concretamente, Doñana, declarado también patrimonio mundial por la Unesco.

Esta fortaleza aporta una gran diversidad de recursos turísticos ligados al medio natural y al paisaje, y significa, y significan, un gran atractivo para el turista, sobre todo si hablamos no solo en términos cuantitativos y prestamos atención a la calidad de dichos espacios, ya que más del 83% de estos parques cuentan con centros de interpretación y el 87,5% está adaptado para la accesibilidad de discapacitados.

Todo esto, señorías, repercute de forma satisfactoria en que el grado de fidelidad se ha estimado en el 54%, siendo superior al del conjunto de la media turística andaluza, lo cual indica que más de la mitad de los

turistas que han visitado el interior durante el 2011 ya habían estado en Andalucía durante el año anterior.

Es evidente que promover la actividad turística en el interior es un potente motor económico para dinamizar esta zona, en muchos casos especialmente afectada por la dura coyuntura que atravesamos; pero también es importante poner de relevancia los efectos positivos que puede desencadenar este plan en términos demográficos y sociales, ya que —eso pretendemos— posibilita la fijación de la población en un territorio con tendencia a la despoblación, ofreciendo una actividad renovada y renovadora del medio rural, la cual puede generar una ocupación que funcione de manera complementaria a las actividades que tradicionalmente se desarrollan en este medio, o que se posicione como un nuevo nicho de posibilidades de empleo para las jóvenes generaciones.

La visión del papel que puede jugar el turismo del interior se pretende trasladar al plan para que tenga un enfoque amplio y no solo busque el fomento de las actividades turísticas desde una perspectiva estrictamente sectorial, centrada en aumentar el número de viajeros y pernoctaciones, y con ello mejorar la rentabilidad de las empresas turísticas, que será, obviamente, uno de los objetivos, sino que también se entiende como un instrumento que promueva el desarrollo social y económico del interior de Andalucía buscando el mayor grado de coherencia, complementariedad y sinergia con las políticas de desarrollo local, desarrollo rural y ordenación del territorio.

Estos argumentos económicos y sociales reflejan perfectamente la importancia que el turismo de interior tiene en la economía andaluza y en la vertebración social y territorial de nuestra Comunidad, y justifican, a la vez, que nos sirvan de base para el desarrollo del Plan de Fomento del Turismo de Interior Sostenible.

Partiendo del objetivo general de promover un desarrollo sostenible y territorialmente equilibrado en las zonas del interior, el plan tendrá un especial compromiso con aquellas iniciativas turísticas capaces de generar empleo, de reducir la estacionalidad y de generar productos turísticos que sean competitivos, atractivos y basados en experiencias novedosas.

Para el desarrollo del plan será fundamental apoyarse, como he dicho anteriormente, en el valioso capital social generado en Andalucía por las redes de cooperación público-privadas en el marco de la política turística andaluza —básicamente los programas de turismo sostenible— y de la política andaluza de desarrollo rural —básicamente a través de los grupos de desarrollo rural—. En este sentido, el plan conminará a ser innovadores en este ámbito, con otras cuestiones que ya se encuentran en marcha.

Como ya he comentado, el paisaje rural de especial significación debe considerarse como un recurso turístico primordial. En este sentido, el plan constituirá también una contribución activa para poner en práctica

la Estrategia de Paisajes de Andalucía, aprobada en 2012 por el Gobierno andaluz. A esto hay que sumar otro valioso capital en cuanto a articulación de la oferta turística significa, como representa la red de ciudades medias del interior de Andalucía, que albergan extraordinarios valores patrimoniales y culturales, y que el plan propondrá la puesta en marcha de iniciativas para la gestión y promoción en la red y la puesta en valor de estos productos turísticos.

El turismo en el ámbito rural de interior se enfrenta al reto de reorientar su estrategia aprovechando algunos aspectos positivos, como el reconocimiento, al menos en los mercados nacionales, que alcanzan algunos de sus espacios; la existencia de una red de establecimientos de gran calidad que podría calificarse de excelencia; y la disponibilidad de un volumen mínimo de oferta de alojamientos en algunos territorios, que, junto con unos recursos de gran valor, ofrecen unas posibilidades para la creación de productos turísticos que no podemos desaprovechar.

En el espacio rural de interior, la actuación de la Administración turística se debe centrar en estructurar la oferta, promoviendo el asociacionismo entre las pequeñas empresas, para poder diseñar estrategias conjuntas de comercialización y para lograr acceder a mercados hasta ahora inaccesibles, propiciando una recuperación del escenario de mayor rentabilidad en estos establecimientos.

En este sentido, se deben adoptar medidas para promover un elevado nivel de integración en las empresas, para garantizar la idoneidad y calidad de los productos ofertados; pero esto, señorías, es imposible si no contamos con mecanismos de certificación y con un sistema de incentivos que favorezcan la reglamentación de la oferta *alojativa*, sin que ello suponga una inversión para el pequeño empresario en la que no vislumbre un claro retorno.

Será prioritario en el espacio turístico de interior abordar acciones que faciliten la elegibilidad de estos alojamientos y promuevan la creación de empresas que tengan como base el disfrute de los recursos patrimoniales y naturales; pero hemos de ser conscientes de que el turismo de interior da cabida a una serie de turismos específicos que constituyen una oferta complementaria fundamental para la cualificación de nuestro espacio turístico y del destino turístico Andalucía.

El disfrute de los ya citados recursos culturales y naturales se complementa con otros segmentos o microproductos en muchos casos, como la gastronomía, la enología, el turismo industrial, salud y belleza, de aventuras, ecuestre, oleoturismo, etcétera. La prioridad en este ámbito debe ser articular y cohesionar este amplio tejido empresarial, compuesto por pymes en la mayoría de los casos, a partir de una serie de premisas de competitividad. Para ello es necesario acceder al nuevo segmento de mercado, definir una estructura conjunta de promoción de destinos, contar

con la creación de productos rentables y sostenibles y articular canales de comercialización adecuados.

Con este fin, desde la Consejería, y en el marco del citado plan, se va a promover la colaboración con la red de espacios naturales protegidos de Andalucía, así como con las otras instituciones y administraciones con competencia en la gestión de recursos culturales y naturales y en materia de desarrollo rural.

Estos, a grandes rasgos, son las intenciones, los objetivos y las líneas que van a marcar el desarrollo de este futuro plan de fomento del turismo de interior sostenible en Andalucía, que tendrá un periodo de redacción de seis meses y permanecerá vigente durante toda la legislatura, y del que esperamos sirva para contribuir a mejorar la calidad de vida en el medio rural y el interior de Andalucía y a consolidar el destino turístico andaluz en su conjunto.

Nada más y muchas gracias, Presidenta.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

A continuación, para posicionar a los distintos grupos políticos, tiene en primer lugar la palabra la portavoz del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía, la señora Pérez.

Su señoría tiene la palabra.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, Presidenta. Buenos días de nuevo, señor Consejero.

Primero quiero aprovechar la ocasión para felicitar al Gobierno por apostar por el desarrollo real de un turismo rural sostenible, permitiendo que la población permanezca en sus pueblos viviendo decentemente de los recursos que se generan en ellos.

Y el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida solicita esta comparecencia en aras de fomentar el turismo rural, en aras de ver el planteamiento que se viene haciendo por parte de la Consejería y, sobre todo —algo que venía manifestando desde el inicio de la legislatura—, para romper la estacionalidad. Romper la estacionalidad, pues promocionando el turismo interior, el turismo de la cultura, el turismo de congresos, el turismo de ferias, el turismo de monumentos... Es decir, en definitiva, otro turismo alejado de lo que es el turismo de sol y playa, que también es característico de nuestra Comunidad.

Somos conscientes de que el turismo, el sector turístico, ha de ser tratado como una política de crecimiento económico si tenemos en cuenta que el sector servicios es, con diferencia, una muestra de parte de la estructura productiva de Andalucía. Como bien hemos

hablado, constituye el 11% de producto interior bruto de nuestra Comunidad.

Nuestro objetivo, o entendemos desde Izquierda Unida, debe de ser conciliar la creación y la distribución de riqueza, generación de empleo cualificado y estable y respeto al medio ambiente, ante todo y sobre todo, dentro de un equilibrio territorial.

Los modelos turísticos, hasta el momento, han provocado una saturación de los recursos naturales en el litoral, con una interesada confusión entre el turismo y el urbanismo salvaje, sin conciliar la creación de medio ambiente y la distribución de la riqueza, mientras que el turismo de interior, lo que entendemos como el turismo rural y de baja intensidad, es más sostenible y de menor impacto en cuanto a infraestructuras, así como lo son también el turismo cultural y el turismo patrimonial.

Por ello, entendemos que nuestras políticas, desde el Gobierno, desde la Consejería, deberían de ir encaminadas a una planificación turística que tiene que tener un importante eje transversal. Es decir, hay que implicar a todos los agentes sociales, hacerlos copartícipes de las tareas que se lleven a cabo desde la Consejería, y, sobre todo, que exista una coordinación entre todas las partes implicadas, que, sin duda, darán lugar a mejor resultados.

Desde Izquierda Unida entendemos que el turismo de interior debe de servir, pues como un eje vertebrador que aglutine las distintas iniciativas de turismo de interior que a día de hoy se encuadran totalmente..., o se encuentran, perdón, totalmente dispersas, y, del mismo modo, pues actuar como un catalizador de este importante sector turístico, ya que el turismo de interior ha alcanzado la cuota del 12,5% del total del turismo, del sector turístico.

Como bien ha comentado el señor Consejero en su comparecencia, nuestra Comunidad tiene bastantes más turistas de sol y playa que lo que son turistas del sector rural, por decirlo de alguna manera. Entendemos que quienes practicamos más el turismo rural somos los propios andaluces; hay menos gente de fuera, menos turistas de fuera que optan por este turismo. Por eso entendemos que desde la propia Consejería debería de existir una promoción hacia este turismo de interior, que es tan importante, pues para poder llevar a cabo y poder desarrollar nuestra economía en los tiempos en los que nos encontramos.

Por ello, uno de los objetivos fundamentales sería, ya que los turistas extranjeros sí vienen a Andalucía en tiempos de sol y playa, intentar captar más turistas extranjeros en estos periodos, en estos semestres, donde hay menos afluencia de extranjeros.

Según las estadísticas, el turista extranjero tiene mayor afluencia en nuestra Comunidad en el periodo de abril a septiembre, y en el tercer semestre es cuando hay un amplio..., una aglutinación de turistas en el terreno del turismo rural. Por ello debemos de

hacer bastante hincapié, y, así, en el caso del turismo de interior, el tercer trimestre es el que acumula un mayor número de turistas, parece que un 30%, al igual que para toda Andalucía supone un 36%, solo que el porcentaje es menor, lo que muestra que el tipo de turismo en esta zona es menos estacional que el del total de la comunidad.

El turista de interior deja bastante más dinero en nuestros pueblos, en nuestra provincia y en Andalucía, y creo que es una media de cuatro o seis días lo que permanece el turista de interior. Por tanto, repercute económicamente mayor cuantía que el resto de turismo de sol y playa, ¿no?

Si se mantiene prácticamente el mismo patrón de gasto que el realizado por los turistas en el total de Andalucía, salvo en el caso del transporte, que en el interior ocupa la tercera posición y, sin embargo, para el total ocupa el cuarto lugar en las compras, y el resto de compras no alimenticias, también se observa un porcentaje mucho más elevado destinado al alojamiento en el interior de nuestra Comunidad. Sí es verdad que tenemos en cuenta que hay una motivación principal a la hora de elegir el interior de Andalucía como destino vacacional, pues como son las visitas de monumentos y como es el turismo de naturaleza. Los propios andaluces y las propias andaluzas hacemos turismo rural porque entendemos que desconectamos y estamos inmersos en la naturaleza, tan rica y tan variada, que tiene nuestra geografía.

También tenemos que destacar que dentro del turismo de interior se engloba el paisaje de los parques naturales, junto al patrimonio cultural y junto a los alojamientos, y, de todos estos conceptos que acabo de nombrar, la mayoría son los más valorados por los turistas.

Las actividades que se realizan en el interior de Andalucía están relacionadas con los motivos de elección de este destino, y son las propias de realizar en esta zona geográfica, como la observación de la naturaleza, como las visitas a monumentos y como lo son también las compras.

Entendemos desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida que apostar por un plan de fomento del turismo interior sería apostar por una oferta turística reglada, con una especial atención al alojamiento, donde entraría todo el tema de regulación de los albergues, de la figura del albergue, algo tan solicitado en nuestros días, ya no solo albergues de montaña, sino albergues en las propias ciudades. Por ejemplo, yo, que soy de Granada, se está construyendo en el centro de Granada, todavía no con la catalogación de albergue, pero sí en un futuro, cuando esté regulado, pues justo al lado del ayuntamiento. Es decir, cada vez se está fomentando más, pues el turismo de interior a través de albergues, de casas rurales..., y es algo que tenemos que seguir fomentando y seguir ayudando también en esta línea, pues a los pequeños y medianos autónomos buscando fomentar el turismo de interior desde una perspectiva sectorial, que estaría,

pues centrada en el aumento del número de viajeros, centrada en el número de aumento de pernoctaciones en los establecimientos reglados de nuestra Comunidad, y, con ello, pues también intentar mejorar la rentabilidad de las empresas turísticas y promover un desarrollo social y económico del turismo de interior en Andalucía.

Nuestro objetivo principal, entendemos que debe de partir de un modelo turístico sostenible que pretende crear un turismo de calidad, no solo para el turista, sino también para los trabajadores, y con mejores condiciones laborales, eliminando, de esta manera también, la temporalidad.

Por ello, este plan, entendemos que debe de aprovechar el valioso capital social que hay generado en Andalucía por las redes de cooperación público-privada, como bien hemos escuchado decir al señor Consejero, a través de programas de desarrollo sostenible que tanto han aportado en nuestros municipios y a través de políticas de desarrollo rural, como bien están haciendo los grupos de desarrollo rural, que han significado una experiencia exitosa para el desarrollo del conjunto de nuestra Comunidad Autónoma.

Con los grupos de desarrollo rural hemos conseguido que muchos de los municipios que estaban un poco apartados o que no sabían cómo explotar el turismo característico y propio de cada una de las zonas, pues tuvieran ese auge y ese empuje, a través de la financiación, a través de subvenciones de la Consejería y a través del trabajo que vienen desarrollando todos los grupos de desarrollo.

El ámbito rural de interior abarca la mayor superficie de territorio andaluz, aglutina una gran diversidad de recursos turísticos, si bien los valores ligados al medio natural y al paisaje, pues resultan sus principales atractivos. El espacio turístico se estructura fundamentalmente en torno a la red de parques naturales protegidos no litorales, que, aun condicionando el ejercicio de la actividad turística, pues constituyen una fortaleza del mismo.

Por ello, el paisaje rural de especial significación debe de considerarse como un recurso turístico primordial, a la vez que todas las redes de ciudades medias, los núcleos rurales, que albergan unos patrimonios extraordinarios.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Pérez, lo siento, tiene que ir concluyendo.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Voy concluyendo.

Por tanto, se deben de aportar, entendemos, medidas para promocionar el elevado nivel de integración

de las empresas para comercializar en los mercados emisores y para garantizar la idoneidad y la calidad de los productos que se ofrecen a través del espacio rural de interior, y es fundamental, en el espacio turístico del medio rural, abordar acciones que faciliten el disfrute y el acceso a los recursos patrimoniales.

Voy concluyendo.

Entendemos desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida que el Plan de Fomento de Turismo Interior debe de englobar no solo el turismo rural, sino también el turismo patrimonial —turismo cultural, turismo de naturaleza—, el turismo que también tiene un atractivo, que es el turismo de aventura, el gastronómico, el industrial, como tantas veces hemos hablado en esta sala, y, sobre todo, el turismo de interior actúa como un catalizador de otros servicios, como son el hostelero, el comercial, el empresarial.

Por ello, es fundamental para el sustento de nuestra economía, y es fundamental para el mantenimiento del empleo existente y para la generación de nuevos puestos de trabajo, donde, como bien he dicho anteriormente, la figura del autónomo desempeña un papel importantísimo, y que requiere...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Lo siento, señora...

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—... y que requiere también de las ayudas de la Administración. Así, entre todos y entre todas, podemos contribuir mejor al desarrollo rural de nuestra tierra.

Gracias, Presidenta, gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Pérez.

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

La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, quiero felicitarlo por la oportunidad política que supone lanzar en estos momentos un plan de fomento de turismo interior para Andalucía. Yo creo que es oportuno también por el momento. No hablo de la crisis económica, sino por el momento de desarrollo que ya han tenido también las zonas de interior y al

que ahora haré en mi intervención alguna reflexión. Creo que es un...

Por eso le pedimos la iniciativa desde el grupo..., la comparecencia desde el Grupo Socialista, pues para conocer el comienzo de los trabajos, que, como usted ha dicho, bueno, pues ahora están comenzando y van a durar todo este..., el desarrollo del plan, en torno a seis meses.

También entiendo que usted ha anunciado hace pocos días el comienzo de los trabajos para concluir en el IV Pacto por el Turismo, de la Consejería del Gobierno de Andalucía con los agentes económicos y sociales de Andalucía.

Nosotros, sabe usted que el Grupo Socialista cree fundamentalmente en un trabajo del Gobierno apoyando y apostando por la concertación social en Andalucía, y, por lo tanto, me imagino también que, dentro de los trabajos iniciales para concluir con firma del IV Pacto por el Turismo también estará desarrollado este plan, que, entiendo, es muy importante y que va a significar yo creo que un impulso a todo el trabajo que se ha venido desarrollando anteriormente.

Permítame, señor Consejero, algunas consideraciones, al hilo, además, de su intervención, pero también algunas reflexiones sobre la evolución del turismo de interior, turismo rural o turismo territorial, porque esto tiene una base fundamental en todo lo que es el desarrollo del territorio, creo yo; es decir, el aprovechamiento de esos recursos endógenos que tenemos en los territorios, en las zonas rurales andaluzas, y lo que significa aprovechar esos recursos, utilizarlos para hacerlos atractivos y que la gente visite y se quede en esas zonas, y genere, pues riqueza para las personas que están viviendo allí, y consigamos ese objetivo en el que hemos venido trabajando especialmente en las dos últimas décadas en Andalucía, que es la cohesión territorial y, sobre todo, es que la gente mantenga, que la población rural mantenga..., se mantenga allí, que no se traslade, que no tenga que irse hacia otras zonas. Evidentemente no se irán, no seguirá esa despoblación, si encuentran sectores económicos rentables, como el de la agricultura, el del turismo, el de la gastronomía o el de la artesanía. Si esto no sucede así, la gente se irá y ya está, porque no se va a quedar a vivir allí por simple simpatía con su pueblo.

Por lo tanto, todas estas sinergias que se han venido desarrollando en nuestra Comunidad Autónoma han hecho que hoy podamos estar hablando, y de la oportunidad que le decía políticamente, de poner en marcha un plan de fomento del turismo de interior.

Desde comienzos de los noventa se viene hablando de este turismo rural, natural, de montaña, advirtiendo que estos turismos comportan importantes consecuencias para las áreas afectadas. Es decir, todos, pero especialmente este tipo de turismo tiene consecuencias inmediatas en las áreas afectadas, aunque ya se reconocían las perspectivas que podría abrir como un

instrumento de desarrollo en zonas deprimidas. Es decir, desde hace, como le digo, hace ya más de dos décadas, la actividad agraria, que era, y sigue siendo, en Andalucía la principal en muchas de estas comarcas, ha venido cayendo en cuanto a aportación a rentas, y necesitamos crear, complementar otras actividades económicas que permitan que la gente siga viviendo en las zonas rurales.

Por lo tanto, este tipo de turismo ya se venía trabajando desde principios de los noventa. Nosotros comenzamos en Andalucía, a mediados de los noventa, con la investigación y todos los trabajos con la iniciativa Leader, que yo creo que fue una iniciativa muy importante de la Unión Europea y que ha hecho que países como el nuestro, como España, y yo creo que comunidades autónomas, y permítame que Andalucía especialmente, ha sabido aprovechar mejor que ninguna otra los recursos que le ha dado la iniciativa de la Unión Europea y el mejor aprovechamiento de los fondos europeos, como fueron la iniciativa comunitaria Leader en su momento, después las sucesivas iniciativas que ha habido, que apostaron por la promoción del turismo en las zonas rurales como un complemento a rentas. Es decir, gente que tenía una actividad agraria hasta ese momento principal y que complementaba con parte de su patrimonio una renta hacia otro producto: hacia una gastronomía artesana, hacia..., ofertando otros productos que podían tener un interés turístico y que complementaban esas rentas, y permitían, en definitiva, una relación de turismo distinta a las clásicas que veníamos conociendo, que hay todavía y que siga durando mucho tiempo. Todo es compatible y todo es atractivo para las personas, para ir a visitarlo; un turismo caracterizado como de corta duración, una relación del turista y un interés por conocer la zona y la vida en esa zona —se queda allí y quiere aprovechar lo que hay en esa zona, por hacer un conocimiento mayor de la zona que va a visitar y en la que se va a quedar— y preocupado por el medio ambiente y por lo local, por la cercanía.

Como decía, los programas Leader y Proder de la Unión Europea en nuestra Comunidad Autónoma han significado una aportación muy relevante para la puesta en marcha. Usted lo ha reconocido, y yo creo que es justo hacerlo así, porque no solo ha sido el impulso del Gobierno de Andalucía, sino que ha sido el impulso de muchos agentes, también los ayuntamientos, y el sector privado, que ha participado en el desarrollo de estos programas.

Andalucía ha cumplido ya dos décadas de políticas públicas en desarrollo rural en todas sus vertientes. Pero es que antes, al principio, tuvimos que hacer otra cosa que en nuestra Comunidad Autónoma tenía unas carencias principales, y era la vertebración territorial, y era, además, el igualar en servicios y equipamientos las zonas rurales a las zonas urbanas.

Luego ese es el principal trabajo que hubo que hacer en Andalucía, que a lo mejor otras comunidades y otros territorios de la Unión Europea no tenían, y que nosotros no podíamos aventurarnos a un sector económico interesante como diversificador, pero que no teníamos ni forma de llegar a las zonas rurales, ni equipamientos ni servicios básicos. Esto ya no sucede en Andalucía. Hoy hay equipamientos, servicios básicos; hay infraestructuras que nos llevan a todos y cada uno de los puntos de Andalucía, con lo cual eso permite que tengamos actividades económicas mejoradas, como la agraria, aunque sea residual, y ganadera, y la de turismo rural u otro tipo de sectores económicos que se puedan allí instalar. Además, también hay un nuevo turismo, ese turismo moderno o masivo, es decir, que es mayoritario, que lo hemos visto en los datos que usted ha dado... Es decir, evidentemente, nosotros tenemos una Comunidad Autónoma de la que nos debemos sentir orgullosos. Es decir, no hay nunca que contraponer. Yo creo que nosotros tenemos diversos modelos turísticos, y esos hacen más atractiva la marca Andalucía. Yo creo que eso es..., le añado atractivo.

Por lo tanto, hay que ayudar siempre y seguir apostando por el turismo de sol y playa; pero yo creo que es un complemento que ofrece diversidad, pluriactividad y, desde luego, cohesión territorial, como es el turismo de interior.

Nuestra Comunidad Autónoma está, afortunadamente, ya viviendo un auge importante de este turismo de interior. Primero había que hacer carreteras, como he dicho, colegios y equipamientos básicos. Ya no. Es decir, ya, afortunadamente, esto lo tenemos, y ahora ya sí tenemos un desarrollo de este turismo interior que yo creo que hay que implementar. Por eso la oportunidad política de hacer este plan.

Si en un principio, como usted ha reconocido... Y yo quiero reconocer desde el Grupo Socialista el trabajo actualmente de los 52 grupos de desarrollo rural en Andalucía, inicialmente, en los años noventa, de 11 grupos que empezaron a trabajar y por crear diversidad, en aquel momento con gran incompreensión, le puedo asegurar, porque yo tuve la oportunidad de participar en uno a principios de los noventa en La Alpujarra. Se entendía poco. Pero sí que se supo ver que se podía hacer un complemento de rentas sin tapar unos sectores a otros, y que aquello era interesante para el territorio.

Por lo tanto, en aquel primer momento se dedicaron, fundamentalmente, las acciones de turismo rural dentro de los grupos, a potenciar todo lo que era aquella..., pues bueno, pues a tener alojamientos turísticos, que no los había. En muchas zonas no había alojamientos. Te podía gustar mucho, pero no había ni siquiera un alojamiento en esos municipios para poderse quedar. Ahí se dedicaron inicialmente los programas, y después se han ido complementando con que no era suficiente tener un buen alojamiento turístico para quedarse en un pueblo, sino con actividades de ocio...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Aguilera, tiene que ir concluyendo.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Termino inmediatamente.

... sino que había que complementar con otro tipo de actividad.

En definitiva, y puesto que tengo una segunda intervención, lo que quisiera decirle es que hemos corrido un gran camino, ahora hay que hacer otro tipo de cosas, y yo creo que lo que..., y en la siguiente intervención le haré algunas propuestas, en las que, si usted considera, pues para todos esos trabajos le pueden ser interesantes, porque yo creo que, en ese avance, tanto las ITS como los grupos de desarrollo rural han aportado ya mucho, y ahora nos encontramos ya en una segunda fase de desarrollo de ese turismo.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Aguilera.

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

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Consejero. Presidenta. Señorías integrantes de esta Comisión que nos acompañan durante la duración de la misma. Muy buenos días a todos.

Sean mis primeras palabras de agradecimiento al Consejero de Turismo de la Junta de Andalucía, así como a los portavoces de los grupos políticos del PSOE e Izquierda Unida, por haber tenido en cuenta una de las consideraciones que el Grupo Parlamentario del Partido Popular le propusimos en su primera comparecencia, la del inicio de esta legislatura, concretamente la de fecha 4 de junio, en el punto número 17 de nuestro escrito, donde le pedíamos literalmente «defender la gestión política del turismo de interior, rural, de naturaleza, medioambiental, apostando por la mejora de las infraestructuras, accesos y caminos rurales, entre otros requisitos». Les damos, por tanto, a usted y a la Junta de Andalucía la enhorabuena, porque, tras treinta años de Gobierno y cuatro meses después de nuestra propuesta, hoy el Gobierno andaluz planifica, y espero que actúe y cumpla en un futuro, los compromisos adquiridos con la Andalucía de interior, con nuestros pueblos y con nuestra gente.

Por ello, de entrada, como no podía ser de otra manera, le manifestamos todo nuestro apoyo y buena disposición para que el Plan de Fomento de Turismo Interior sea un compromiso de todos, tenga la altura de miras y recoja las necesidades que cada municipio de Andalucía requiere para su futuro y para el completo desarrollo socioeconómico de cada uno de ellos en el marco de la industria del turismo.

No vamos a entrar a proporcionar ningún dato estadístico más de los que usted ya ha dado, primero para no ser repetitivos ni para entrar en polémica sobre la fuente de los mismos. Confiamos en los datos que ha trasladado y coincidimos plenamente con los objetivos del plan mencionado, hoy puesto en nuestro conocimiento en esta Comisión. Sin embargo, sí queremos llamar su atención sobre tres aspectos a los que nosotros les damos suma importancia, y de ahí que lo subrayemos a continuación.

No queremos que dicho plan forme parte de la multitud de planes incompletos, incumplidos, irreales e impagados a los que la Junta de Andalucía nos tiene acostumbrados, y que son, desgraciadamente, la seña de identidad de la gestión de este Gobierno del PSOE al que ahora se ha sumado Izquierda Unida. Preferimos que sea un plan que recoja medidas más sencillas pero concretas, medidas más económicas pero factibles, reales y acordes a la situación económica actual, pero donde la crisis no sirva como justificación para no actuar y no avanzar en el fomento del turismo.

Nos gustaría también —y se lo solicito expresamente en esta comisión— nuestra participación en la confección de dicho plan, con el ánimo siempre de sumar y de contrastar, a nivel político y técnico, las medidas, estrategias, fines, plazos, etcétera, del mismo.

Tampoco nos gustaría que el turismo de interior anule o desplace, de ninguna manera, como sé y doy por hecho que está también en su ánimo, algunos de los palos del abanico de potencialidades turísticas que tiene nuestra tierra, como son la Andalucía de sol y playa, la de negocios, la de grandes eventos y ocio, la deportiva, la residencial, idiomática, de cruceros, de salud y bienestar, gastronómica...

Espero que su interés por el turismo huya siempre de los argumentos demagógicos e ideológicos y apoye tanto el turismo de golf como el de senderismo, el de vela y crucero como el de bicicleta, el cinegético o ecuestre como el de mochila. Todos, absolutamente todos sin excepción, tienen cabida en Andalucía, y en todos hay ánimo por nuestra parte, y espero que espacio y comprensión por la suya, para la mejora continua y para que esta mejora revierta sobre los resultados del turismo y del comercio en Andalucía.

Desde el Partido Popular, además, estamos convencidos de que la apuesta por el turismo de interior engloba en sí misma una gama muy amplia, muy amplia y completa de segmentos turísticos, tales como el cultural, el religioso, el enológico y oleico, el

medioambiental y ecológico, el vinculado a nuestras fiestas populares, así como marcas propias comarcales y provinciales que representan a la Andalucía de interior y que deben de reconocerse y darle su peso y protagonismo dentro de la marca Andalucía, y esta, a su vez, dentro de la marca España, para emprender todas juntas un verdadero viaje, un viaje con retorno de turistas por el mundo representando y vendiendo lo que fuimos, lo que somos y lo que podemos llegar a ser en un futuro.

Queremos que el turismo interior sea una puerta abierta, los 365 días del año, para entrar a conocer más y mejor a Andalucía; pero no una puerta cerrada en ningún caso, sino una puerta abierta de par en par a un sinfín de oportunidades para que el emprendimiento, la formación y el futuro de nuestros jóvenes y el acceso al mercado laboral de la mujer a través del turismo sean una realidad.

De ahí que desde el Plan de Fomento del Turismo Interior nosotros pidamos que se le dé prioridad a la Andalucía que desde el PP hemos denominado Andalucía *on line* o Andalucía de las nuevas tecnologías, para que se conozcan también, virtualmente hablando, cada uno de los rincones del territorio andaluz, así como nuestros productos y servicios, y para que Andalucía esté en cada uno de los rincones del mundo donde exista una conexión a internet.

También consideramos que este camino hacia el futuro del turismo interior, teniendo en cuenta, además, el retraso considerable que tiene Andalucía respecto a otras comunidades autónomas en algunos aspectos, es impensable e imposible realizarlo sin la estrecha colaboración de todas las administraciones, la local, provincial, regional y nacional; es impensable e imposible hacerlo sin la participación de los grupos de desarrollo rural, los 52 que usted también ha nombrado, y es impensable e imposible sin la colaboración de los entes económicos, sociales y colectivos, por lo que es necesario ponerse manos a la obra dejando a un lado debates inocuos e intereses partidistas para recuperar ese camino perdido, o, si lo prefieren, retraído, así como para no perder de vista la ayuda que puede prestarnos la Unión Europea. Y las ayudas que desde allí se prestan, ya que son conocedores de la necesidad que tiene Andalucía por desarrollarse, especialmente el interior de Andalucía; por combatir la altísima tasa de paro histórica, agravada ahora por la crisis que ahoga a los hogares andaluces, y que, según algunos estudios, ya sitúan en el 35,5% de paro andaluz para 2013, con el agravante, además, de unas previsiones de que la economía andaluza caiga un 1,9% a final de año y de que llegará a casi un millón cuatrocientos mil parados en Andalucía, ciento sesenta mil parados más que el año pasado, la triple que en el 2006, esto quiere decir que a finales del año solo 2.648.000 andaluces, según las previsiones del estudio económico que se ha presentado recientemente por parte de Unicaja, tendrían trabajo.

Estos datos los he querido poner sobre la mesa porque quiero llegar a una conclusión final, señor Consejero: a que la apuesta por el turismo tiene que ser determinante, que esta apuesta tiene que verse respaldada por todo el equipo de Gobierno y, a su vez reflejada, en el presupuesto. Un presupuesto real, con partidas económicas reconocidas, con líneas presupuestarias definidas, ni ambiguas ni genéricas, específicas. Para que nos entendamos: con nombre y apellidos. Y, por supuesto, con un plan de ejecución anexo; es decir, con plazos de ejecución concretos, ya sean anuales o plurianuales. Como también el presupuesto de turismo tiene que contemplar anexionado un plan de inversiones persiguiendo y cumpliendo con la cohesión territorial en Andalucía.

Esto es, desde el Grupo del Partido Popular, lo que le vamos a pedir, solo eso. Eso, y que por supuesto no sea un plan más, uno de tantos planes, de esos infinitos, porque nunca se empiezan o nunca se acaban, a los que nos tienen habituados pero no conforma a este grupo político la Junta de Andalucía.

Y, si esto es lo que pretendemos hoy alcanzar con el Plan de Fomento del Turismo de Interior, nosotros le damos por adelantado la enhorabuena. Esperamos y deseamos que podamos mantenerla también al final de su legislatura. Tiene usted, señor Consejero, cuatro años por delante para hacerlo, y en lo que no le dé tiempo, que, desde luego, no le va a dar tiempo de todo, podrá sentar las bases para el futuro.

Tiene usted una oportunidad de oro para hacerlo, y vamos a estar ahí a su lado para ayudarlo.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

A continuación, para responder a los distintos portavoces, tiene la palabra el señor Consejero.

Señor Rodríguez, tiene su señoría la palabra.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, Presidenta.

Quiero comenzar, lógicamente, esta segunda intervención, agradeciendo la participación, la opinión y la intervención de cada una de las personas, de sus señorías que han intervenido en representación de los diferentes grupos parlamentarios.

Yo, antes de entrar a comentar, porque no se trata de rebatir, sino comentar algunas de las reflexiones que sus señorías han expuesto, sí quiero poner de manifiesto que este plan de fomento del turismo de interior sostenible no pretende ser la panacea, ni va

a ser la panacea que resuelva los problemas que existen en los cientos de municipios del interior de las provincias de Andalucía. Quiero decir esto para evitar generar expectativas que después desemboquen en frustraciones, o desemboquen en críticas fáciles, aunque esas críticas fáciles se cimenten sobre las expectativas quebradas o sobre las ilusiones quebradas. Este plan no va a ser el plan que resuelva todos los problemas de los municipios del interior de Andalucía. Quiere ser un plan que ayude a favorecer el desarrollo local en los municipios del interior, que ayude a asentar a la población, que ayude a generar economía de escala, que ayude a poner en valor productos turísticos ya constituidos. Ese es el objetivo del plan en su fase inicial, en la que actualmente estamos.

Por lo tanto, ni lo pretende, y, si lo pretendiera, nunca podría serlo, la panacea que resuelva los problemas de todos los municipios del interior, ni siquiera los principales problemas de los municipios del interior, que dependerán de otras políticas económicas, de otras políticas de inversiones, de otro tipo de magnitudes, como ustedes perfectamente saben y conocen.

Por lo tanto, quiero situar esta primera reflexión, por si de mi primera intervención se podría haber deducido que este plan tenía unas pretensiones que iban por encima de las que materialmente va a ser posible articular.

Decía la señora Pérez, en representación del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, una serie de reflexiones, con las cuales coincidimos plenamente, en relación a cuáles son los objetivos del plan. Después se ha reproducido en parte por la señora Aguilera y por la señora Alarcón.

El objetivo del plan es, por un lado, globalizar, homogeneizar, articular de manera coordinada actuaciones diversas que ya se están haciendo y poniendo en práctica en Andalucía. Pero que se ponen desde una perspectiva con ciertos grados de desconexión, de falta de coordinación. Esos planes, que ya están en marcha en Andalucía, que en líneas generales están dando buenos resultados, se enmarcarían dentro de este plan de fomento del turismo del interior, y para ello, pues estamos, lógicamente, en contacto permanente con la Consejería de Agricultura, competente en materia de los grupos de desarrollo rural. Por lo tanto, ese es un objetivo.

Un segundo objetivo es, a partir de esa realidad ya existente, poner en marcha instrumentos nuevos. Se ha hablado del Plan del Turismo Industrial, que se está elaborando en este momento y que va a ser un elemento importante a articular en el marco de los segmentos turísticos andaluces; se ha hablado del Plan de Fomento del Turismo Gastronómico, que también está en marcha; del Plan Director de Congresos y Ferias, que también está en marcha, y de otra serie de instrumentos que se seguirán poniendo en marcha y que se articularán como elementos nuevos de promoción y de actuación

en materia turística en el interior dentro de este plan global de fomento del turismo de interior sostenible.

Estos elementos también traen otro objetivo parejo, que es la optimización de recursos y la coordinación de iniciativas. Optimización de recursos públicos disponibles que se ponen en marcha en proyectos destinados básicamente a la Andalucía de interior, y optimización de los resultados coordinando las diferentes iniciativas a las cuales responden los recursos públicos que se disponen.

Una tercera pata de este plan tiene que ir ligada directamente a la puesta en valor de productos que ya se han creado. Las iniciativas de turismo sostenible están generando productos turísticos. Los grupos de desarrollo rural han generado productos turísticos. Es importante que esos productos turísticos ya generados, consecuencia directa de una inversión importante de recursos públicos, se pongan en valor en materia turística y se pongan en valor en materia de circuitos turísticos. Por eso este plan irá también ligado a otro instrumento fundamental dentro de la planificación turística en Andalucía que es el Plan de Acción, o el Plan Director de Marketing. Plan de Acción o Plan Director de Marketing cuyo objetivo fundamental es la promoción turística.

Por lo tanto, también se quieren poner en valor, en los circuitos de promoción turística, todos los productos y segmentos turísticos que hacen referencia al interior de Andalucía y que hacen referencia a las poblaciones, a las experiencias, a las propuestas ya desarrolladas o en vías de desarrollo.

Decía la señora Pérez que sea un plan transversal, y en esa idea estamos. Saben sus señorías que los planes..., los ejes transversales son difíciles de articular, en una estructura de gobierno y en una estructura institucional, pues donde la transversalidad no es el elemento sustancial que las articula o que las define. Pero en esa dirección estamos trabajando y vamos a trabajar en la elaboración del plan. Transversal en el Consejo de Gobierno, con la Consejería de Agricultura, Pesca, Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, que en este momento es competente, como decía, de todo el ámbito de desarrollo, de actuación con los grupos de desarrollo rural; transversal en cuanto a la colaboración con instituciones, con organizaciones o con ejemplos de economía social que tienen ya una gran experiencia en el ámbito del mundo rural, y con los cuales queremos trabajar para la elaboración del plan y para el desarrollo de sus principales vectores o de sus principales conclusiones, a través de cooperativas, a través de la red de alojamientos rurales, a través de pequeños empresarios, a través de iniciativas locales... Por lo tanto, transversal también en ese ámbito.

Decía la señora Aguilera que, efectivamente, se tendría que enmarcar dentro del Pacto Andaluz por el Turismo, que también hemos empezado y está en fase también de desarrollo.

Efectivamente, una de las líneas que hemos propuesto dentro de ese pacto andaluz por el turismo, dentro de ese cuarto pacto, es todo lo referente al fomento del turismo de interior como objetivo global de concertación social, y como objetivo global, por lo tanto, de consenso entre los diferentes agentes que intervienen en la política económica en Andalucía.

Se hablaba por la señora Alarcón de una serie de...

Bueno, a nosotros, la verdad, nos da igual que este plan sea consecuencia de su iniciativa, sea consecuencia de la iniciativa del Consejo de Gobierno, o sea consecuencia de la iniciativa de la economía social, o sea consecuencia de los grupos sociales que se han puesto en contacto con el Gobierno para manifestar la necesidad de articular un plan de estas características. Al Gobierno lo que le interesa es que el plan se desarrolle, que se desarrolle y se articule de la mejor manera posible con la participación de todos los colectivos implicados, y que sea exitoso; es decir, que tenga resultado. Eso es lo que nos preocupa y lo que realmente queremos. Y, por lo tanto, en ese planteamiento, por supuesto que su colaboración y su participación serán fundamentales, la del Grupo Popular que usted representa, señora Alarcón, y la de las de los grupos institucionales que puede representar igualmente su partido.

Nosotros, desde la Consejería de Turismo y Comercio, estamos no solo abiertos, sino deseosos de que la colaboración se plasme en apuestas concretas, en propuestas concretas y en instrumentos concretos. Por lo tanto, en ese proceso queremos contar con su presencia, con su participación, con su aportación, lo mismo que con todas las aportaciones que su señoría pueda catalizar y pueda trasladar para el mejor desarrollo del plan.

Habla usted de las nuevas tecnologías, y un elemento sustancial que desde el Consejo de Gobierno se está trabajando e impulsando, y, como decía anteriormente, este plan, una vez que se desarrolle, tendría que tener una pata fundamental en el ámbito de la promoción turística. Por eso me refería anteriormente al Plan Director de Marketing y a los planes de acción, que son los instrumentos fundamentales de la promoción turística de la Consejería. Y, dentro de estos planes de promoción turística, tienen un elemento cada vez más importante las nuevas tecnologías, y, en particular, la apuesta que la Consejería ha hecho, que estamos también en fase de redefinición, para mejorar sus resultados, como es el portal de la Comunidad Turística de Andalucía Andalucia.org. Es la herramienta fundamental, en materia de puesta en el mercado de las nuevas tecnologías de todos los productos turísticos, desde la Consejería de Turismo, desde el Consejo de Gobierno. Y, en esa apuesta en la comunidad turística andaluza, queremos que todo el ámbito del sector del turismo de interior tenga una adecuada presencia y una adecuada

canalización, y queremos hacer, como usted sabe perfectamente, de esta herramienta, una herramienta activa, en materia no solo de promoción turística, sino de negocio turístico, de tal manera que los propios agentes, públicos o privados, puedan, a través de esta empresa, contratar o posibilitar de intermediario para la comercialización de sus propios productos y de sus propios elementos de negocio. Por lo tanto, dentro de ese ámbito estamos absolutamente de acuerdo, y yo creo que al final coincidiremos también en sus resultados.

Plantea su señoría una serie de sugerencias que, bueno, pues las asumimos como tales, y esperamos puedan materializarse en el sentido de que sean medidas concretas, que sean medidas que puedan ser evaluables, que puedan tener su desarrollo. En ese sentido es en lo que queremos trabajar, porque todavía estamos en una fase, como he dicho en mi intervención, muy embrionaria, muy en fase de inicio, ¿no?

Y traslada que la importancia del turismo, pues tenga su reflejo en los presupuestos. Yo así lo espero, yo así lo espero. Van a ser unos presupuestos, como usted sabe, complicados.

Yo sé que desde el Grupo Popular se le va a exigir al Gobierno que, en materia turística, al Gobierno de Andalucía, que tenga la misma intensidad, el mismo peso, la misma importancia que la materia turística ha tenido en los Presupuestos Generales del Estado, y, por lo tanto, como sé que en esa línea usted y yo vamos a estar de acuerdo, pues yo espero que en materia del Presupuesto de la Junta de Andalucía el descenso no sea tan acuciado como el que se ha planteado en los Presupuestos Generales del Estado con relación al presupuesto realmente disponible del año 2012, que es nuestra referencia.

Yo espero, en ese sentido, que el peso turístico, y de la Consejería de Turismo y Comercio, pues tenga ese reflejo. Pero, bueno, es ahora mismo un deseo, porque, como usted sabe perfectamente, todavía no están los presupuestos elaborados, entre otras cuestiones porque hasta hace muy poco no se han resuelto algunos elementos tan sustanciales como la deuda pública que al final se le iba a permitir a nuestra Comunidad Autónoma.

Por lo tanto, desde esa óptica, agradecerles a sus señorías sus intervenciones. Quiero decirles que estamos en una fase embrionaria, no he podido ser más explícito porque sería adelantar conclusiones que en este momento, por mi parte, no sería creo que adecuado ni respetuoso con todo el proceso que queremos abrir; queremos que este plan, como cualquier otro, no sea un plan de laboratorio, no sea un plan de técnicos, no sea un plan de expertos, no sea un plan de funcionarios de la Consejería, sino que sea un plan que responda a las demandas, a la experiencia y a las inquietudes de los sectores, de los operadores que intervienen en el mundo del interior.

Se ha hablado de muchos sectores y segmentos turísticos. Todos esos segmentos turísticos deben de ir canalizados dentro de este plan de fomento de turismo interior. Se ha hablado del segmento fundamental del turismo sol y playa. Ese es el segmento fundamental ahora mismo en Andalucía y lo va a seguir siendo: a nivel de magnitudes turísticas, a nivel de visitantes, a nivel de pernoctaciones, va a seguir siendo el segmento fundamental en cuanto a las macromagnitudes turísticas.

Le he dicho algunas veces —y con esto concluyo— que no es el objetivo ni creo que sería adecuado que se vieran los diferentes segmentos turísticos desde una óptica de la competencia, sino que deben verse desde una óptica de la complementariedad, desde una óptica —la señora Aguilera lo ha expuesto, yo creo que con exactitud— de reforzar la marca Andalucía, reforzar la competitividad del destino turístico andaluz. Desde esa óptica lo planteamos.

El turismo de interior, la propia denominación de «Plan de Fomento de Turismo de Interior», no es baladí. Hemos huido del turismo rural, hemos huido del turismo natural, hemos huido de una serie de clichés que estaban y están directamente aplicados a determinados segmentos turísticos para darle una visión más global a este plan.

Pero, en definitiva, lo que quería decirles es que el segmento turístico del interior no tiene su mayor importancia, desde la óptica del Gobierno, por sus magnitudes turísticas, por sus magnitudes de viajeros, de pernoctaciones, sino que su importancia fundamental, para el Consejo de Gobierno, está en la capacidad de generar economía de escala; en la capacidad de articularse como un modelo, un instrumento de desarrollo local; en la capacidad de articular sinergias que posibiliten el asentamiento de la población y el mantenimiento y mejora de la calidad de vida en el interior; en la posibilidad que signifique trabajar para que todo lo que es nuestro patrimonio natural no sea concebido como algo ajeno al desarrollo local, sino como algo fundamental para que el desarrollo local sea cada vez más exitoso y más amplio. Ese es el objetivo del Plan de Fomento del Turismo de Interior Sostenible tal como inicialmente lo tenemos previsto y diseñado desde la Consejería.

Y le digo esto, como le decía al principio de esta segunda intervención, para evitar generar expectativas que no van en el sentido de este plan ni en el sentido de la Consejería, ni va a ser la panacea para resolver los problemas de la Andalucía del interior ni va a ser el instrumento para que las cifras turísticas del interior sean equiparables a las cifras turísticas de sol y playa. Si lo son al final, ojalá, pero no es ese el objetivo. El objetivo es articular medidas, articular políticas, articular presupuestos, articular esfuerzos, articular iniciativas para que las zonas del interior de Andalucía avancen en capacidad de generar economía, avancen en la capacidad de generar proyectos empresariales, avan-

cen en la capacidad de generar mayores niveles de asentamiento de la población, avancen, en definitiva, en mejorar la calidad y el nivel de vida. Ese es un poco el objetivo.

Yo espero que la próxima vez que pueda comparecer aquí para hablar de este asunto ya esté el plan elaborado y, por lo tanto, podamos dar cuenta de lo que ha sido un desarrollo de trabajo, de aportaciones, de iniciativas, que, como he dicho anteriormente, pretendemos que sean de la iniciativa social, de la iniciativa de emprendedores, de la iniciativa de gente con experiencia en ese ámbito, y no solo un plan de elaboración teórica, que a veces queda muy bien en los papeles, pero difícilmente es aplicable en la práctica.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

Para tomar la palabra en segundo turno le corresponde durante cinco minutos —se lo recuerdo, señoría— a la portavoz del Grupo de Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía, la señora Pérez.

Señoría, tiene usted la palabra cinco minutos.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Gracias, Presidenta.

Bueno, en primer lugar, quiero felicitar al Consejero por un discurso realista, por un discurso con contenido, por las explicaciones que ha dado a lo largo de sus dos intervenciones y porque entendemos que es un discurso que no está lleno de palabras vacías, sino que está lleno de contenido y con unos compromisos que va a adquirir la Consejería, como no nos cabe la menor duda.

Entendemos que apostar por el turismo rural de nuestra Comunidad significa apostar por un turismo que fija la población en el territorio, evitando la emigración a otras zonas, aunque ahora, recientemente, estamos viendo cómo, a través de los medios de comunicación, se nos informa de que la emigración viene de las grandes ciudades a las pequeñas ciudades, y quizás más a lo que son las poblaciones de interior. ¿Y por qué? Pues quizás por ese afán de volver a explotar los recursos de nuestros territorios, que son muchos y, por cierto, que son bastante buenos.

Debemos poner al alcance de todos y de todas los recursos patrimoniales, a través, entendemos, de la colaboración con las redes de espacios naturales protegidos y con la consejería competente en materia de cultura, y con la consejería competente en materia de desarrollo rural, aunando esfuerzos entre todas las consejerías que pueden estar implicadas para el desarrollo turístico de interior de nuestra Comunidad.

Con este plan de fomento de turismo de interior entendemos, desde el Grupo Parlamentario de Izquierda Unida, que otro modelo turístico es posible, creando un turismo de calidad sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Por ello es el momento de impulsar acciones que permitan invertir y que la planificación que se lleve a cabo, pues confluya en un consenso entre todos los actores implicados, que, por tanto, será beneficioso para todos.

Pero, Consejero, desde Izquierda Unida entendemos que no todo vale en turismo. No podemos cargarnos los recursos naturales para conseguir más turismo.

Y digo esto porque nosotros desde Izquierda Unida apostamos por un turismo sostenible, y más campos de golf en Andalucía entendemos ahora mismo que no son sostenibles.

La idea de este plan debe de estar centrada en la creación de una renta complementaria —lo que se viene denominando «una segunda renta»—, una renta para las familias del medio rural, como pueden ser, por ejemplo, los ganaderos, que viven del cuidado y de la cría de sus animales, como puede ser una actividad, la monta a caballo..., muchas actividades que se reparten o que repercuten en que existan visitas escolares, que repercuten positivamente en que existan más visitas turísticas, que incita a un turismo de aventuras, un turismo de senderismo, de conocimiento de nuestro medio ambiente, en definitiva; un turismo que promociona nuestra gastronomía; un turismo para que quien venga una vez vuelva, que es lo que se intenta, consolidar un turismo de interior para que nuestros turistas repitan, ya sea dentro de la propia Comunidad como así los turistas que habrá que captar del exterior; un turismo interior que englobaría, o que engloba, que el turista nos conozca mejor a través de crear un desarrollo económico en nuestra tierra. En definitiva, un turismo que pueda mover la economía, que pueda crear riqueza; que nos podamos dar a conocer hacia el exterior, pues no como el turista de campo que viene a ver las ovejas y que pasa por aquí unos días para desconectar, sino un turista que se implica en cómo trabajamos, pues la gente de interior, cómo se trabaja en Las Alpujarras, cómo se trabaja en los pequeños municipios, cómo se trabaja en la artesanía; un turismo, en definitiva, que repercuta en beneficio para nuestra Comunidad, no solo a nivel económico, sino a nivel de atracción o de atraer más turistas de fuera.

Gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez.

A continuación tiene la portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, la señora Aguilera, su segundo turno. Tiene usted la palabra.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, ya brevemente, yo insisto en lo que le decía al principio, la oportunidad política de este momento; pero sí quisiera también volver a resaltar que ahora es muy oportuno el planteamiento de este plan y no lo era hace diez años. Es decir, sinceramente. Porque el desarrollo que hemos ido teniendo en las zonas de interior... Hemos tenido que resolver muchos problemas de desigualdad social, de desigualdad económica y de desigualdad territorial que había en Andalucía, que es a lo que ha estado dedicado el Gobierno de Andalucía en estas últimas décadas, porque partíamos con mucha diferencia, peor que otras regiones de nuestro país y peor que muchas regiones europeas.

Por lo tanto, ahora tenemos en pie de igualdad a los ciudadanos de toda Andalucía, vivan en las zonas rurales o en las zonas urbanas, y llevamos haciendo veinte años políticas de desarrollo rural, y eso ha permitido una pluriactividad y que se aporte el producto turístico en estas zonas de interior como un complemento de esas economías de escala que creo que hay que seguir intensificando.

Por eso creo que es oportuno políticamente. Creo que se ha estado aprovechando, y bien, hasta ahora, para en este momento hacer una planificación estratégica, como usted la ha planteado, en la que estamos el Grupo Socialista totalmente de acuerdo y en la que —le quisiera decir— creo que son importantes tres palabras que concentran el trabajo de cualquier plan, pero, evidentemente, en este caso también. Es decir, la coordinación, con todas las dificultades que ya usted ha señalado. Yo las conozco bien, pero creo que ahí habrá que hacer el esfuerzo, en la medida de lo posible, de coordinación, teniendo en cuenta las distintas competencias que hay, no solo en el Gobierno de Andalucía, sino en el Estado o en la propia Administración local.

Decirle que hemos perdido una oportunidad desde que llego el Gobierno del Partido Popular. El anterior Gobierno socialista, de José Luis Rodríguez Zapatero, aprobó una ley, la Ley de Desarrollo Sostenible del Medio Rural, que hacía políticas transversales, que quería intervenir en políticas transversales sobre el territorio y favorecer este tipo de sectores, como el del turismo rural. Ha llegado el Partido Popular y la ha aparcado en un cajón. Yo espero que se pueda recuperar esta ley de desarrollo sostenible del medio rural del año 2007, en la que se crearon expectativas, que se podía haber ralentizado políticamente por la situación de crisis, pero no haberla congelado, y es por no creer en ese tipo de políticas.

Por lo tanto, coordinación —le decía—, transversalidad e interlocución son las tres palabras que creo básicas en cualquier plan, y las que usted ha destacado y en las que coincidimos.

Decir brevemente, puesto que estamos en la semana que se ha celebrado el Día Mundial de la Mujer Rural —ha sido el 15 de octubre—, que yo también quisiera tener una mención en esta comisión, porque todas estas políticas inciden también en la visibilidad de la mujer rural. Mucho ha tenido que ver con que haya un mayor desarrollo, una mayor visibilidad de la acción de la mujer en el territorio, y por eso este plan debe tener una especial incidencia también en la mujer en el territorio, aunque no sea el cometido, evidentemente, principal, pero la acción de la mujer es muy significativa, y, puesto que estamos en esa semana, que hemos aprovechado ese día de reconocimiento y de visibilidad, me gustaría resaltarlo.

Y, para terminar, yo creo que se puede aprovechar —usted ha dicho— los 52 grupos, de los que creo que 17 coinciden que gestionan ya iniciativas de turismo sostenible. Por lo tanto, tienen una experiencia avallada en años y, además, gestionan dos programas, como los GDR, los grupos de desarrollo rural, el de la iniciativa, en este caso, LiderA, de la Consejería de Agricultura, pero también la de su propia Consejería, la iniciativa de turismo sostenible. También pudieran ser interesantes los 27 planes de desarrollo sostenible dentro de la red REMPA, es decir, los que están en los parques naturales. Ahí hay grupos. Son 27 grupos que hacen acción también de diversificación económica y de acciones hacia el turismo. Los espacios naturales son muchos más, pero especialmente los 27 PDS también de la Consejería, como las denominaciones de calidad. Hay 60 denominaciones gastronómicas...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Aguilera, treinta segundos le quedan.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Termino.

Las 60 denominaciones de calidad yo creo que también aprovechan, son muy interesantes para que puedan aprovechar las sinergias para el desarrollo de este plan.

Termino haciéndole caso, por supuesto, a la Presidenta, y felicitándole por su trabajo y por el buen éxito. Que podamos seguir hablando de este plan y del éxito del mismo.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Aguilera.

A continuación tiene la palabra la portavoz del Grupo Parlamentario del Partido Popular Andaluz.

Le doy la palabra a la señora Alarcón.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí. Muchísimas gracias.

Bueno, yo lo primero que agradezco es que, bueno, pues, al señor Consejero, que vaya usted contestándome en el curso de la celebración de la propia comisión. Sinceramente que se lo agradezco. Y, por supuesto, más que alegrarnos, que es lo que quería yo transmitir, por haber sido escuchados con..., anotando ese punto número 17 de la intervención que tuvimos el día 4 de junio... Y ya le digo que más que alegrarnos por haber sido escuchados, cosa que permítame que le diga que es noticiable, nos alegramos enormemente de que todos coincidamos, de que coincidamos los grupos políticos, el sector, todas las instituciones públicas y privadas, y nos alegramos enormemente de esto, porque así es como creemos que se puede construir el futuro turístico de Andalucía y cualquier futuro, pero en concreto el que nos atañe en esta comisión.

También usted, lo hemos dicho nosotros, coincidimos con las pretensiones del plan. Se lo hemos dicho. O sea, que se lo repito si quiere: Que preferimos que sea un plan que recoja medidas más sencillas, pero concretas, más económicas, pero factibles, reales— que también se ha dicho aquí que sea un plan real—, y acordes a la situación económica actual; pero lo que no queremos es que sirva la crisis como justificación para no actuar o para recortar excesivamente en un sector que sabemos que va a traer trabajo para los andaluces.

También coincidimos totalmente con el fin. Lo más importante no es la cifra fría que se concrete en un porcentaje o en un número determinado de visitantes o pernactantes. Claro que no. De hecho, nosotros ni siquiera hemos aportado ni una sola cifra de estos datos, aunque luego estas, por supuesto, sean importantes para evaluar el resultado de nuestro trabajo, para medir si ese trabajo de todos está obteniendo el resultado esperado —eso no debemos olvidarlo—. Pero no se trata de eso.

Como el objetivo primero y último, que coincidimos también en él, es conseguir el desarrollo económico de nuestro municipio a través del turismo de interior y alcanzar así el beneficio de sus vecinos, lo que sí queremos poner sobre la mesa es que el tiempo juega en nuestra contra, y sí pedimos que se actúe de manera rápida para que este plan se lleve a cabo.

Señor Consejero y portavoces del PSOE e Izquierda Unida, yo creo que hemos dado hoy una muestra, una oportunidad, para hacer lo que todos los andaluces necesitan y esperan de nosotros; una oportunidad, en esta comparecencia, para gestionar políticamente y

construir juntos en positivo por una causa que nos une a todos, que es trabajar por el turismo de Andalucía, desde Andalucía y con los recursos andaluces, y con las competencias andaluzas, que son muchos y muchas.

Valoramos haber tenido, pues una intervención creo que sería, justa, e incluso me atrevería a decir, hasta el momento, que limpia de confrontación. Nosotros lo intentamos permanentemente. No queremos empeñarnos en hacer ese viaje, ese tren de confrontación, un viaje que no nos lleva nada más que a la nada. No queremos quedarnos instalados en la confrontación, ni muchísimo menos. Eso no es lo que esperan los andaluces. Y, además, porque hay otro tipo de viaje: el que sí hacen, y con una enorme dificultad, muchos andaluces, que es el de la búsqueda de empleo fuera de su tierra, porque aquí no le ofrecemos nada. Y nosotros tratamos, entre todos, creo que de evitar, entre otras cosas con este plan, precisamente eso, que los andaluces se tengan que ir fuera de su tierra.

Queremos aprovechar que Andalucía es, después de Valencia y Cataluña, un destino preferente para los turistas españoles. Así lo dice la encuesta de Familitur, y, según el informe del tercer trimestre del 2012 de Coyuntur, con un porcentaje de variación acumulado de enero a septiembre de un crecimiento del 2%, un dato para nosotros que es tremendamente positivo ya que, aunque no seamos —tampoco lo somos— la comunidad que más hemos crecido, que lo han hecho Valencia, con un 6%, y Cataluña, con un 5,2%, y el resto de comunidades autónomas lo han hecho con un crecimiento del 4,5%, ese crecimiento solo del 2% para nosotros es un dato positivo de enorme valor, porque quiere decir que, a pesar de la crisis y de lo afectado que tiene el bolsillo el turista nacional, sigue eligiendo Andalucía como destino, y sabemos que, potenciando el turismo de interior, ese dato...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Alarcón, tiene que ir concluyendo.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí, termino enseguida.

Ese dato irá incrementando, porque es en el turismo de interior donde más margen de crecimiento tenemos. Y, si a esto le sumamos que es el único destino, único, el que tiene Andalucía, de sol y playa, y recuperamos, entre otros, el mercado internacional, especialmente el británico, que hemos perdido, le aseguro que Andalucía tiene mucho futuro, un futuro muy prometedor, y que, a pesar de esa amenaza constante de la bajada del consumo interno, Andalucía podrá sobrevivir gracias

al turismo interno, al turismo nacional, al internacional, pero, en definitiva, gracias al turismo.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

A continuación, para responder a los distintos portavoces, tiene el señor Consejero la palabra.

Tiene su señoría la palabra, señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias.

Reiterar el agradecimiento a cada una de sus señorías por sus intervenciones y por sus aportaciones.

Yo creo que en la anterior intervención quise situar un poco con claridad lo que el Plan de Turismo de Interior Sostenible no va a ser, para evitar que, cuando se presente, o cuando alguien podamos hacer uso de este plan para presentar nuestras propuestas o nuestras valoraciones, generemos unas expectativas que un plan de estas características no puede cumplir.

Por lo tanto, tiene unos objetivos concretos, que son los que les he desarrollado; pero sí quiero insistir en que no se pretenda que sea la panacea ni la alternativa a todos los problemas de desarrollo local, de vertebración, de integración, que la Andalucía del interior tiene.

Decía la señora Pérez que tienen que facilitarse rentas complementarias. Efectivamente, esto es lo que pretendemos desde instrumentos de este tipo, y lo que se viene pretendiendo desde la puesta en marcha de instrumentos parecidos: que se generen rentas complementarias que faciliten esas economías que anteriormente denominaba «de escalas» en el territorio, en el interior, y que faciliten la mejora de los niveles de vida, y que faciliten los asentamientos... En fin, lo que anteriormente les he explicado y les he expuesto, y que no reitero para no extenderme.

Sí quiero decir, insistir, que con este plan lo que pretendemos es articular —he insistido en esta idea en varias ocasiones en mi intervención—, articular, coordinar iniciativas existentes, y darles, en la medida de lo posible, un formato de conexión, de interrelación, de complementariedad.

En ese sentido, hablaba la señora Aguilera de los planes de desarrollo sostenible de todos los parques naturales, que están en marcha; de las denominaciones de origen, que es otro instrumento que está en marcha. Todos estos son elementos sobre los cuales ya estamos trabajando, para articularlos no solo en el ámbito de la planificación turística, sino también de la promoción turística, sino también de la promoción

turística, porque es nuestro objetivo, el objetivo del Consejo de Gobierno y de esta Consejería, en ese ánimo de optimizar recursos y de coordinar esfuerzos, ir en esta dirección.

Por lo tanto, son acciones y son planteamientos que tenemos pendientes, que le agradezco a su señoría que los exponga, y que estoy seguro de que a lo largo del desarrollo del plan, desde su experiencia y desde su propia capacidad de trasladar propuestas, y de catalizar también propuestas de otros sectores o de otros colectivos, podemos enriquecer, tanto el diseño como los objetivos del plan y los instrumentos de actuación.

Decía que este plan tiene que tener coordinación, transversalidad e interlocución, y, efectivamente, son los elementos sustanciales sobre los cuales queremos articularlo. Por eso decía que no queremos que sea un plan de elaboración teórica, un plan de expertos, sino que sea un plan que responda a la realidad existente, a la experiencia concreta de los agentes que operan ya en el ámbito del turismo rural o del turismo de interior, del turismo activo, del turismo gastronómico, de las denominaciones de origen o del turismo sostenible, en definitiva.

Decía que, efectivamente, hay dos décadas de inversión pública en el medio rural, es cierto. Es cierto que se han puesto en marcha muchos productos que pueden tener su desarrollo y su recorrido turístico, y eso también es lo que queremos abarcar desde este plan: la puesta en valor de esos productos turísticos, que han surgido en gran medida gracias a la inversión pública y gracias al apoyo público, y que hoy día, en muchos sitios, son una realidad. Y que, muchas veces, cuando se ponen en marcha instrumentos de este tipo, se ponen en marcha sin pensar en cómo se van a gestionar una vez que estén contruidos o una vez que estén realizados. Y, con este plan, lo que queremos es facilitar, aunque sea a posteriori y no sea el procedimiento lógico, facilitar la puesta en valor de los productos que se han creado y que existen en muchos municipios, en muchas comarcas o en muchas zonas de Andalucía.

Queremos, en ese ámbito, o en ese objetivo de aglutinar, poner en valor, por ejemplo, iniciativas que están ya puestas en marcha por la Consejería —digo por la Consejería nuestra, la Consejería de Turismo y Comercio—, pero que no se coordinan, o no se han coordinado adecuadamente, desde nuestro punto de vista, en los ámbitos turísticos. Por ejemplo, la Red Andaluza de Artesanía. Hay zonas que se declaran de interés artesanal —dentro de poco vamos a declarar, espero, la zona de Castro del Río—; pero, una vez que se hace esa declaración de esa zona como de interés artesanal, ahí terminan la actuación de la Consejería o del Gobierno, y eso tiene que tener un recorrido, no solo en el ámbito artesanal o en el ámbito del comercio, sino también de implicar y de añadir esas rutas, esa experiencia, a los ámbitos de desarrollo rural, a

los ámbitos de desarrollo turístico, a los ámbitos de promoción turística.

Y decía —y con esto acabo— la señora Pérez que es importante el carácter sostenible de las actuaciones turísticas. Eso —me lo habrán oído en más de una ocasión—, desde mi punto de vista y desde el punto de vista de la Consejería, es fundamental, desde mi punto de vista y desde el punto de vista de la Consejería, es fundamental en todos los ámbitos turísticos, porque los destinos turísticos serán competitivos si son sostenibles.

Por lo tanto, la sostenibilidad no es un problema ya de..., o no hay que enfocarlo ni valorarlo solo desde la perspectiva ideológica —que puede serlo—, incluso desde la óptica del modelo territorial —que, sin duda, lo es—, sino que la sostenibilidad debe de ser valorada y asumida desde la perspectiva empresarial, desde la perspectiva de explotación del negocio, desde la perspectiva de las rentas que se obtengan de la inversión realizada. Un producto turístico que no sea sostenible no será un producto turístico duradero, no será un producto turístico competitivo, no será un producto turístico que sea capaz de sacar cabeza con años por delante. Y eso, ya, todos los que son empresarios turísticos empiezan a valorarlo.

Otra cosa son los promotores inmobiliarios, que tienen otro tipo de concepción, del territorio, del uso de los recursos naturales, etcétera, etcétera. Pero lo que son empresarios turísticos, que hacen apuestas empresariales duraderas en el tiempo, saben que esas apuestas lo serán en la medida en que el territorio sea un territorio sostenible, en la medida en que el producto sea un producto de calidad y en la medida en que el destino sea competitivo con otros destinos que ofrecen productos también de muy buena calidad en el arco mediterráneo.

Pero decía: Si el carácter sostenible es fundamental en cualquier ámbito turístico, en el ámbito del interior es absolutamente imprescindible, es una característica existencial del propio producto turístico si queremos que sea un producto turístico a medio y largo plazo. Por lo tanto, la sostenibilidad de los productos es fundamental, y el carácter sostenible de las iniciativas es fundamental.

Pero también tendremos —y con esto acabo, Presidenta—, tenemos que ser capaces de llenar de palabrería los términos, si me sirve..., si me permiten la expresión.

Hoy en día, el concepto «sostenible» es tan usado que está devaluado, porque parece que se pone «sostenible» como si fuera un sello a cualquier otro producto, como elemento de márketing, y el concepto de «sostenible», créanme si les digo que no es un problema de márketing, que ya nadie es tonto hoy en día. Que no es un problema de márketing, es un problema de producto, es un problema de desarrollo, es un problema de creación, es un problema de concepción, de ligazón con el territorio, de ligazón con los recursos naturales, de ligazón con todo

lo que rodea el producto turístico. Si seguimos llenando de palabrería conceptos sustanciales, les quitamos el valor y, por lo tanto, les quitamos su elemento realmente diferenciador, lo que les hace ser realmente competitivos.

Por lo tanto, nosotros definimos este plan como un plan de fomento del turismo interior sostenible, pero créanme que les digo que el «sostenible» no lo utilizamos como un sello para darle marca al producto, sino que lo queremos situar como un elemento estructural del propio plan, que facilita o que redunde en la propia definición de los instrumentos que le den cabida al propio plan. Y en ese sentido vamos a trabajar.

Yo los espero a todos ustedes en el desarrollo de los trabajos, de los grupos parlamentarios que representan, y cualquier iniciativa, cualquier apoyo, cualquier propuesta, cualquier sugerencia, como siempre, saben sus señorías que son especialmente bienvenidos por parte de esta Consejería.

Nada más y muchas gracias.

9-12/POC-000403. Pregunta oral relativa al apoyo al sector turístico en la Costa del Sol Oriental-Axarquía, en Málaga

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

A continuación seguimos con el desarrollo de la Comisión y entramos en el segundo punto del orden del día, relativo a preguntas orales.

Debo de pedirle disculpas, señor Consejero, porque la Mesa ha acordado atender la solicitud por parte de la diputada Rodríguez Oliva, Ruiz Oliva, perdón, de que su pregunta se traslade al primer orden del día, aunque estaba situada en la quinta, con el número cinco, porque tiene una intervención en otra comisión, y, si no hay ningún problema, pues voy a darle la palabra a la señora Ruiz Oliva. La pregunta es relativa al apoyo al sector turístico en la Costa del Sol Oriental-La Axarquía, en Málaga.

Señora Ruiz Oliva, tiene usted la palabra.

La señora RUIZ OLIVA

—Muchas gracias por atender la petición.

En mi primera intervención, pues felicitar al señor Consejero, como malagueño y, si no tengo mal entendido, axarquico, que le curse mi primera pregunta en turismo.

Tenemos la Costa del Sol, La Axarquía, que tenemos 100 kilómetros de costa entre Rincón de la Victoria y Nerja, con 31 municipios, como podemos tener enclavados el municipio de Vélez-Málaga, Torre del Mar, hasta

un total de 31 municipios, con diversidad de paisajes: tierra de contrastes entre el secano de interior, con sus olivos, almendros, su fértil franja litoral de regadío, sus frutos subtropicales, todo pegado a una Costa del Sol mediterránea, Costa del Sol mediterránea, con 320 días de sol al año y una temperatura media de 18 grados.

Es vital el apoyo al turismo residencial y de temporada. Hay que trabajar en recuperar y atenuar la temporalidad con mejores servicios e infraestructuras; con una oferta que atraiga ingleses, alemanes y turismo natural, nacional, que ha ido bajando por la falta de apuestas en todo nuestro litoral por parte de la Junta de Andalucía.

Sus recientes intervenciones en prensa sobre el plan Cualifica de la Costa del Sol occidental y el presupuesto de 32 millones que le hemos oído decir en los medios de comunicación, la Costa del Sol nuestra, como gran olvidada, traslada la pregunta al Consejero con respecto a qué previsiones o qué partidas puede tener esta costa, puesto que en los anteriores ejercicios ha estado en situaciones de una tremenda desigualdad.

Gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señoría.

Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, Presidencia. Presidenta, perdón. Gracias, señora Ruiz Oliva, por su pregunta.

Tengo que decirles que—después también me referiré a lo que ha expuesto verbalmente en su intervención—, en el año 2009, sabe su señoría, se firmó con la mancomunidad de municipios el convenio de colaboración relativo a iniciativas de turismo sostenible Costa del Sol-Axarquía, en cuyo anexo 1 se recoge el plan de acción 2009, que es el único que en este momento está en desarrollo. Dicho plan contempla unas inversiones de 4.283.347,21 euros y una subvención de 2.997.831,62 euros, de la cual se ha realizado ya un libramiento por importe de 2.248.373,72 euros, equivalente al 75% del total, quedando pendiente de librar el 25% restante, supeditado, de acuerdo con las estipulaciones del convenio, a la justificación del total de las inversiones, lo que debe tener lugar de acuerdo con la duración de dicho convenio, cuatro años, tal como está previsto en el plan de acción.

Es decir, el plazo de justificación debiera terminar en febrero del 2014. Por tanto, hasta noviembre de 2013, continuará el normal desarrollo del presente plan de acción de 2009 de la ITS Costa del Sol-Axarquía, y solo una vez que a lo largo del tercer trimestre de este año puedan ser conocidas las disponibilidades presupuestarias, es

decir, el presupuesto para el 2013, estará la Consejería de Turismo y Comercio en disposición de valorar la procedencia de aprobar y firmar con la citada mancomunidad, como promotor, la correspondiente adenda del convenio marco que acoja un nuevo plan de acción.

Por lo tanto, a estas fechas no podemos darle respuesta a la pregunta que su señoría ha expresado en relación a previsiones presupuestarias, porque, como ya he explicado con anterioridad, el presupuesto está en una fase muy, muy, muy embrionaria de elaboración.

Pero sí quiero decirle, en relación a su intervención oral, dos reflexiones. Una.

Bueno, el turismo residencial, permítame que le explique, le manifieste desde el punto de vista de la Consejería, no existe. Para la Consejería de Turismo y Comercio existe el turista que se aloja, el turista que se hospeda. Existe promoción inmobiliaria en municipios turísticos, existe promoción inmobiliaria en municipios del interior, existe promoción inmobiliaria en grandes municipios, cada una tiene sus características, pero no deja de ser promoción inmobiliaria. Para nosotros, a esta Consejería, lo que le preocupa y lo que realmente atiende es el turismo..., el que se aloja, el que va a hoteles, el que hace gasto en esos hoteles, y de aquellos que compran una residencia lo que nos preocupa es que hagan turismo una vez que han comprado la residencia. Es decir, que salgan de su entorno, que conozcan los entornos de Andalucía, de la provincia de Málaga, en definitiva.

Yo creo que la Costa del Sol oriental, La Anarquía está en unas condiciones —lo he explicado recientemente en una conferencia que tuve oportunidad de realizar en el Rincón de la Victoria—, está en condiciones, precisamente por su grado de desarrollo turístico, de hacer algo que la otra zona de la Costa del Sol no ha hecho, y es planificar, de manera mancomunada, su desarrollo turístico. Y esa es, desde mi punto de vista, con toda la modestia del mundo, la principal sugerencia que desde la Consejería podíamos realizar hoy aquí: planificar mancomunadamente su desarrollo turístico, que significa que no en cada pueblo o en cada municipio tenga que haber cinco hoteles, tenga que haber un gran palacio de ferias, tenga que haber un gran auditorio o tenga que haber una determinada oferta de ocio, sino mancomunar, de forma planificada, el desarrollo turístico para facilitar un desarrollo sostenible, un desarrollo duradero y un desarrollo complementario.

Si la mancomunidad de municipios de la Costa del Sol está en esa tarea y esa reflexión le parece interesante, ya les digo que desde el Consejo de Gobierno y desde la Consejería estamos dispuestos a colaborar para trabajar en ese diseño y en ese instrumento de planificación a corto, medio y largo plazo, que nos parece fundamental.

Ha hecho referencia su señoría al Plan Cualifica, y el Plan Cualifica no es un plan para la provincia de Málaga, y, por lo tanto, yo creo que es importante tener esto presente para no entrar en agravios.

El Plan Cualifica es un plan del Estado, de la Comunidad Autónoma para determinadas zonas turísticas del Estado, de tal manera que, en este momento, creo recordar que hay vigentes tres planes en toda España. Uno de ellos es la Costa del Sol occidental, que es el Plan Cualifica. Creo que hay otro en Tenerife y me parece que hay otro en Baleares, si no me equivoco.

Por lo tanto, quiero decir esto para señalar la singularidad que ese plan tiene y la excepcionalidad que ese plan tiene. Único en Andalucía, y de los tres únicos que en este momento están vivos en España, y que es un plan que queremos seguir apoyando y que queremos seguir desarrollando, ¿no? Pero es importante tener en cuenta esa excepcionalidad para no entrar en una posición de agravios comparativos, de tal manera que en Andalucía solo hay ese, y en España solo hay tres.

A partir de ahí, inversiones, las que sean, las que el presupuesto posibilite. Tenga su señoría la conciencia tranquila y el convencimiento de que desde el Gobierno lo vamos a implementar al máximo.

No puedo darle más detalles, porque en este momento no conocemos los desarrollos presupuestarios que tendrá el Gobierno de Andalucía para los próximos años.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.

Señora Ruiz Oliva, tiene la palabra.

La señora RUIZ OLIVA

—Señor Consejero, en memoria de todas las personas que han estado vinculadas al desarrollo del turismo de la comarca de La Axarquía, lo que tenemos es la sensación de una gran discriminación de la Costa del Sol-Axarquía.

Usted ha hecho referencia del plan 2009-2013, de la ITS que se firmó para las iniciativas de turismo sostenible.

En el 2009 fueron, como usted bien ha dicho, 2.900.000 euros a la comarca de La Axarquía, de lo cual todavía queda pendiente de pago 745.000 euros, y corresponden sus datos con los datos que yo tengo, y esa es la iniciativa que se ha desarrollado y el proyecto que se ha desarrollado. Antes de la ITS, a través de una iniciativa de turismo local, iba una partida anual a la zona de La Axarquía aproximadamente de unos ochocientos mil euros. Esas partidas se anularon, y en lugar y sustitución de esas partidas no han aparecido partidas nuevas.

Usted me comenta que dentro de esa iniciativa es como se está sosteniendo el turismo. Las partidas anteriores desaparecieron, y, dentro de las iniciativas de turismo sostenible, los colectivos, los alcaldes, los

empresarios de la Costa del Sol-Axarquía se tuvieron que reunir en una plataforma. Plataforma que después se convirtió en consorcio y consorcio que se fraguó en muchas reuniones para poder acogerse a las ayudas de la Junta de Andalucía. En el año 2008 se pasó sin recibir nada del Plan de Turismo Sostenible, puesto que aparece en el 2009.

Los 31 municipios que se adhirieron al Plan de Turismo Sostenible presentaron proyectos; proyectos que han ido reiteradamente sacando convocatorias, convocatorias anuales, con el tiempo, el esfuerzo, de los técnicos, de los colectivos, de la coordinación de la mancomunidad. Han solicitado proyectos para las empresas privadas, para los colectivos, a los que nunca jamás se atendió, y usted me dice que se va a estar dentro de ese plan para atender las necesidades o la apuesta de la Junta de Andalucía.

Yo me quedo perpleja, señor Consejero, porque, o yo estoy confundida, o esto está firmado por el señor don Vicente Granados Cabezas, con fecha 26 de julio de este año, que creo que ya estaban al frente de la Consejería Izquierda Unida, donde dice: «Resuelvo el archivo de la tramitación del procedimiento relativo a las convocatorias 2010 y 2011, y la devolución de los proyectos presentados». Han devuelto ustedes el 2010, han devuelto ustedes el 2011, y usted me contesta que, en futuro, la respuesta que va a tener La Axarquía va a ser la que ustedes han devuelto del 2010, de 2011, con carácter retroactivo de dos años.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Ruiz Oliva, tiene que ir terminando.

La señora RUIZ OLIVA

—Pues yo me apeno muchísimo de que su respuesta haya ido en esa línea, señor Rodríguez.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Ruiz Oliva.
Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí, señora Ruiz Oliva, está usted confundida, porque, efectivamente, ese escrito es de la Secretaría General de Turismo y hace referencia a planes, a propuestas que se habían presentado en la Consejería en relación a la iniciativa de turismo sostenible que no

tenía en ese momento consignación presupuestaria, y que, por lo tanto, en lugar de generar expectativas que no se iban a cumplir, acordamos, con buen criterio, el plantear que esas propuestas en este momento no se iban..., no iban a tener cabida.

Pero lo que sí le hemos dicho al presidente de la mancomunidad, con el cual ha habido ya alguna que otra reunión en la comisión de seguimiento —en la cual el señor Granados ha participado o va a participar—, es que la iniciativa de turismo sostenible —esta, como otras que ahora tendremos ocasión de discutir a lo largo del día— sigue siendo y estando vigente.

Por lo tanto, lo único que se ha hecho es reprogramar actuaciones que estaban previstas para 2012 a 2013, porque en el 2012, señorías, no había dinero. Y no había dinero —supongo que usted lo sabrá— porque hubo un acuerdo del Consejo de Ministros que le quitó a Andalucía tres mil millones de euros.

No, no, el acuerdo fue en el 2012, en el 2012, porque esas actuaciones iban colgadas a esos presupuestos. Por lo tanto, al no haber disponibilidad presupuestaria, lo que se ha planteado es reprogramar las actuaciones y mantener el compromiso de la iniciativa de turismo sostenible, que se irá cumplimentando en función de las disponibilidades presupuestarias, de tal manera que, si en el 2013 existen esas disponibilidades presupuestarias, los proyectos que se han presentado podrán volver a presentarse y podrán ser valorados, y podrán ser priorizados y ejecutados en el momento en que haya disponibilidad presupuestaria. O si el Gobierno central cambia los criterios de políticas de déficit público y Andalucía tiene más capacidad de endeudamiento y más capacidad, por lo tanto, de financiación, podremos hacer frente directamente a esas actuaciones.

Por lo tanto, la ITS, ni esa ni ninguna otra, está suspendida, ni esa ni ninguna otra está archivada. Lo que sí se está es reprogramando las actuaciones en base a las disponibilidades presupuestarias existentes.

Eso es lo que se les ha trasladado a todos los..., a los promotores, a la comisión de seguimiento; eso es lo que se le trasladó al presidente de la mancomunidad y eso es lo que seguimos manifestando en el día de hoy.

9-12/POC-000017. Pregunta oral relativa a la conmemoración del VIII Centenario de la Batalla de las Navas de Tolosa con la participación de la Consejería de Turismo y Comercio

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.

Pasamos, por tanto, al orden del día previsto, con la pregunta con ruego de respuesta oral en comisión

relativa a la conmemoración del VIII Centenario de la Batalla de las Navas de Tolosa con la participación de la Consejería de Turismo y Comercio.

Señora Palacios Pérez, tiene la palabra.

La señora PALACIOS PÉREZ

—Gracias, señora Presidenta. Señor Consejero.

Con fecha 20 de septiembre de 2011, el Ayuntamiento de La Carolina, Jaén, envió una carta por la que se solicitaba al titular de la Consejería de Turismo su asistencia a los actos centrales de la conmemoración del VIII Centenario de la Batallas de las Navas de Tolosa, así como la concesión de una entrevista.

Como es obvio, hay que reconocer que la urgencia que en su momento motivó la formulación de esta pregunta ya ha pasado, pero debo de formularla tal como se registró en su momento. Bien.

Con esta carta a la que me refería desde el Ayuntamiento de La Carolina tan solo se quería garantizar el mayor apoyo posible, tanto económico como institucional, por parte de la Consejería de Turismo, a los eventos que se iban a realizar para conmemorar el VIII Centenario de la Batalla de Las Navas de Tolosa, que, como todos sabemos, fue un hecho histórico cuya importancia está fuera de toda duda. Los actos centrales de tal evento se han llevado a cabo hace ya más de tres meses.

Pero, de todas formas, la pregunta que hoy realizo en esta sede parlamentaria viene muy a cuento para recordarles a ustedes, señores del Ejecutivo, que se ha vuelto a perder una oportunidad de oro que hubiera significado el embrión del definitivo despegue turístico de la comarca norte de la provincia de Jaén. Una nueva oportunidad perdida, como decía, y cuyo principal causante ha vuelto a ser la Junta de Andalucía, el Gobierno de la Junta de Andalucía. Porque, en primer lugar, ¿acaso ha habido contestación a dicha carta por parte de la Consejería de Turismo? Y, por otra parte, en conciencia, ¿piensa usted que su Consejería ha apoyado suficientemente al Ayuntamiento de La Carolina en este especial evento de tanta trascendencia histórica?

Mire, señor Consejero, usted se ha limitado a rellenar el expediente con la menor participación posible, y no se ha podido exonerar de todas sus explicaciones porque las propias características de este hecho histórico tan importante no se lo hubieran permitido, ya que esto habría sido inconcebible. Así que todo se traduce en colaboración, poca, y en aportación económica, aún menos.

Pero, de todas formas, el ayuntamiento de esta localidad, en el que se engloba la población que da nombre a la batalla, ha afrontado el reto y ha llevado a cabo una infinidad de actos de toda índole relacionados con este evento, que, por cierto, ha sido un éxito de organización y participación, a pesar de la

desidia y falta de apoyo generalizado por parte de las consejerías implicadas —Presidencia, Cultura y, cómo no, Turismo—, demostrando y anteponiendo el interés político a la conmemoración de un evento que ha sido fundamental para la historia de Andalucía y de España por el único motivo de que la entidad titular que ha organizado la mayor parte de los actos está regida por un Gobierno del Partido Popular, elegido democráticamente.

Pero mire, señor Consejero, le voy a decir más. Un acontecimiento de tal envergadura merecía la asistencia del Consejero de Turismo; presencia que hubiera sido la más lógica sobre todo teniendo en cuenta la importancia histórica y cultural de lo que se conmemoraba, y su futura apreciación turística.

Pero, claro, para ustedes primó, como siempre, el hecho de que había que ningunear o menospreciar, llámelo usted como quiera, los esfuerzos demostrados por los Ayuntamientos de La Carolina, Navas de Tolosa, Santa Elena y Vilches, que, como es notorio, estos dos últimos tampoco están gobernados por el Partido Socialista, y a la vez han despreciado, al mismo tiempo, el trabajo que han realizado diversas asociaciones de la zona y que algunas han sido creadas solo para realizar este acontecimiento.

En cuanto a lo económico, he de decirle que mi ayuntamiento —porque yo soy concejal de él, por si no lo sabía—, con el legítimo interés que genera una beneficio directo e indirecto para la comarca norte de Jaén, que ha estado y está especialmente azotada por el desempleo, planificó a lo largo de todo el año 2012 y el anterior un completísimo programa de actos y eventos para los que en materia de subvenciones se ha acogido a todas las convocatorias posibles de las ofertadas, tanto de la Consejería como de la Diputación. Pero ya, como ya le dije en su intervención en la Comisión de Cultura y en la de Presidencia, algunas subvenciones, las mínimas —han sido concedidas otras—, la mayoría han sido denegadas. Por tanto...

Además, a esta tenemos que añadirle, lo unimos con la Diputación Provincial de Jaén, que organizó un comité gestor para estos eventos y cuya labor ha sido aún más sectaria, al no contar para nada con el Ayuntamiento de La Carolina, pretendiendo hacer un ejercicio de historia-ficción al intentar derivar las consecuencias de las celebraciones a otros municipios que no tuvieron nada que ver con la batalla en sí.

Por cierto, señoría —y lo vuelvo a repetir en esta sede, por si acaso me lo dice usted como me lo ha dicho también la Consejera de Presidencia y el del Cultura, el Consejero de Cultura—, el Alcalde de La Carolina no ha sido ni es vicepresidente de ninguna comisión. Es de Adnor, que es la Asociación de Desarrollo de la Comarca Norte, y ni lo han llamado ni lo han convocado para ninguna reunión de la conmemoración de la batalla de Las Navas de Tolosa.

O sea, que, señor Consejero, estamos ante un nuevo caso de desidia e irresponsabilidad de su Gobierno, y tan solo quiero dejar constancia para las generaciones venideras de que la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía malgastó una oportunidad de las que aparecen en muy pocas ocasiones para crear alrededor de un hecho de tanta trascendencia histórica un tejido de empleo y de posibilidades futuras de desarrollo, de lo que tan necesitadas están Andalucía y en especial, como en este caso, la comarca norte de la provincia de Jaén.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Palacios, tiene que ir concluyendo.

La señora PALACIOS PÉREZ

—Termino ya, sí.

De todas formas, y pese a las trabas encontradas en el camino, La Carolina, Navas de Tolosa y sus conciudadanos han conmemorado dentro de sus posibilidades, de una manera más que digna, este octavo centenario.

Y ahora, señor Consejero, ya me puede decir lo que usted quiera.

Gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Palacios.
Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Palacios.

Yo creo que su intervención la tenía preparada para el anterior consejero, porque, de todas sus afirmaciones y de todas sus reflexiones, sinceramente no me siento aludido, excepto en el hecho de que no pude asistir, efectivamente, al evento por problemas de agenda. Creo que coincidía con un Pleno del Parlamento. Pero, por el resto de las afirmaciones, realmente no me siento aludido.

Yo le puedo dar la información que consta en la Consejería en relación a las colaboraciones que ha habido. No ha habido por parte del actual Consejero y del actual equipo de gobierno ningún tipo, ni en este ámbito ni en ningún otro, de sectarismo. Prueba de ello es que uno de los ayuntamientos está gobernado por Izquierda Unida.

Por lo tanto, fíjese usted si no ha habido acto de sectarismo en el hecho de no haber podido asistir a ese evento. La única razón y el único argumento existente son los problemas de agenda, que, como usted sabe perfectamente, a veces hacen imposible que uno pueda estar en dos sitios al mismo tiempo.

En relación ya a la pregunta en concreto, y en relación también a la información que obra en la Consejería, decirle que la Consejería de Turismo y Comercio ha apoyado y está apoyando este importante evento.

Tengo que decirle que desde la Consejería cualquier evento que ponga en valor la marca turística de Andalucía y el destino turístico de Andalucía será siempre bienvenido y valorado, lo haga quien lo haga o lo promueva quien lo promueva. Eso se lo digo por adelantado, ¿no?

Dentro del plan de competitividad de la ruta de los castillos y las batallas, firmado entre el Instituto de Turismo de España, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, la Diputación Provincial de Jaén y la federación de empresarios de gremios de hostelería y turismo de la provincia de Jaén, se han realizado y están previstas las siguientes actuaciones en torno a dicha conmemoración:

Entre los meses de junio y octubre de 2011 se llevó a cabo el programa de animación de castillos y batallas, a través de fiestas, teatros, recreaciones en los escenarios de la batalla y de la frontera. Para ello, teniendo en mente la celebración de este octavo centenario, se elaboró un atrezzo especial, y se ha organizado una actuación de danza contemporánea, valorado en 54.405 euros, destinado a diferentes acciones, tales como adquisición de dispositivos y elaboración de contenidos para audioguías del Museo de la Batalla de las Navas de Tolosa, que aún está sin instalar; adquisición de atrezzo de ornamentación urbana para el plan de animación de las rutas de castillos y batallas; diseño y edición de material divulgativo del plan de animación de las rutas de castillos y batallas; diseño y contenidos promocionales para medios digitales, etcétera.

Desde el punto de vista divulgativo y educativo, durante el año 2011 se presentó y publicó un folleto para la difusión del museo y la ruta para escolares, bajo el lema del octavo centenario, cuyo objetivo era fomentar el turismo escolar en el museo y en las rutas de los castillos y las batallas, todo ello financiado por el Plan de Competitividad con 3.000 euros.

Durante el año 2012 se ha propiciado la visita de docentes al Museo de la Batalla, permitiendo, de esta forma, acercar a la comunidad educativa a este importante museo, propiciando, de esta forma, que en cursos venideros se mantengan el trabajo y esfuerzo realizado en este gracias a la difusión realizada por los propios docentes en sus centros de trabajo. Este proyecto se ha ejecutado con un importe total cercano a los seis millones de euros. Asimismo, durante el año 2012 se ha realizado un programa de animación

con música, teatros, torneos, atrezzo medieval, y una campaña informativa con folletos, promoción en medios de internet, etcétera, para lo que se ha aportado en total 25.000 euros.

Estas son actuaciones específicas que en el marco del octavo centenario se han desarrollado, con las cuales la Consejería ha colaborado de manera activa, que puede usted entender o considerar que no son las suficientes o que podían haber sido más. Por lo tanto, es un ámbito, lógicamente, de reflexión y de posición política y de conclusión a que cada cual puede llegar. Yo, simplemente, decirle, y como le decía al principio, en lo que afecta al actual Consejo de Gobierno y a esta Consejería, que, efectivamente, no asistí por los motivos que ya le he dicho, que estaban adecuadamente justificados, y que creo que así se lo trasladamos al alcalde cuando nos trasladó la invitación.

Muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.

La señora PALACIOS PÉREZ

—Un segundito. Gracias, señora Presidenta.

Solo decirle que de todo lo que ha leído, todo lo que ha dicho, todas las actuaciones, ni una sola se ha hecho en la población de La Carolina, ¿eh?, ni una sola.

Nada más. Gracias.

9-12/POC-000264. Pregunta oral relativa a una central de compras y un portal multimedia para pymes comerciales andaluzas

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Vale, muchas gracias.

Pasamos a la siguiente pregunta, pregunta con respuesta oral en comisión, relativa a la central de compras y portal multimedia para pymes comerciales andaluzas.

Tiene la palabra la señora Isac García.

La señora ISAC GARCÍA

—Muchas gracias, Presidenta.

Señor Consejero, en el año 2010, concretamente a últimos del 2010, este Parlamento aprobaba una

iniciativa para favorecer la competitividad de las pymes comerciales andaluzas. Esto se producía a instancias de la Confederación de Empresarios de Comercio de Andalucía y se trabajaba a través de un convenio, de carácter plurianual, dotado a priori con cuatro millones de euros, y, como le decía antes, esta plataforma se aprobaba por unanimidad de todo el Pleno. Básicamente se nos ha comunicado, se nos dijo en su momento, que duraría aproximadamente dos años, hasta que se pusiera en marcha; que el 2011 sería un año determinante para propiciar el asociacionismo o la adhesión a esta plataforma; y que el 2012 ya sería determinante para visualizar su dimensión y para que incidiera favorablemente en las pymes comerciales. Estamos ya casi a finales del 2012 y, señorías, apenas... no sabemos nada.

Es verdad que las elecciones ha dificultado que usted nos pudiera trasladar esta información, y es por lo que esta mañana le solicito esta información: En qué situación se encuentra la plataforma de servicios avanzados Andalucía de Compras, que así se denominó, y, sobre todo, algo importante, que cuánto dinero se ha invertido en ella y cuántos socios hay en la actualidad, porque sí tenemos conocimiento de que, a mediados de 2011, en la presentación oficial que se produjo en Fitur, de esta plataforma, el anterior Consejero decía que iban en torno a mil setecientos los comercios adheridos —mil setecientos—; que se aspiraba a llegar a 10.000, que se aspiraba a llegar a diez mil en este año, y que, en cualquier caso, la captación de estos comerciantes, de estas pequeñas empresas andaluzas comerciales, se produciría de forma individual, y se acometerían las actuaciones de forma individualizada.

Es la información que le solicito esta mañana.

Muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Isac.

Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Gracias, señora Isac. Señora Presidenta.

Efectivamente, la Consejería de Turismo y Comercio, a través de la Dirección General de Comercio, mantiene desde hace años una relación institucional muy activa con la Confederación Empresarial del Comercio de Andalucía, siendo destacable la colaboración permanente de ambas instituciones en el desarrollo de la política comercial.

La CECA viene colaborando con la Consejería en el desarrollo de actuaciones tendentes a impulsar y

fomentar el sector del comercio minorista en Andalucía, potenciando las relaciones de cooperación empresarial a fin de lograr la vertebración y dinamización del sector y procurar un mejor aprovechamiento de las economías de escala, al objeto de hacer que el comercio minorista resulte más moderno y competitivo. Así, destacar la elaboración de los planes integrales de comercio interior de Andalucía, las distintas convocatorias de ayudas al comercio o las actuaciones de impulso de los centros comerciales abiertos. Todo esto está en marcha, como usted perfectamente conoce.

Uno de los puntos de colaboración entre la Consejería y la Confederación de Comercio de Andalucía es la puesta en marcha del portal de servicios al comercio de Andalucía Andalucía de Compras, instrumento clave para impulsar la competencia y la competitividad de las pymes comerciales andaluzas. Para ello, su objetivo sigue la máxima de rentabilidad aplicada en las pymes comerciales, de forma que comprar juntos sirva para vender mejor, aportando soluciones aplicadas a los procesos de compra y venta.

El portal supone un conjunto de aplicaciones que se integran en una plataforma, accediéndose a los servicios ofrecidos de forma interrelacionada y compartida, tanto por los comerciantes como por los consumidores y proveedores, y se ofrecerán desde distintas interfaces cuya visibilidad y posibilidad de uso sea distinta en función del perfil de usuario que acceda al sistema. Así, está compuesto por distintos módulos, que prestarán las siguientes utilidades: central de compras de productos y servicios, sistema de fidelización, escaparates virtuales, canal multimedia y herramientas de colaboración.

Decirles que la puesta en marcha de este programa ha tenido algunas dificultades, básicamente las ligadas a las disponibilidades presupuestarias y a los problemas de tesorería de la Junta de Andalucía, que también afectan, lógicamente, a la Consejería de Turismo y Comercio. En particular, decirles que en un primer momento se firmó un convenio de colaboración, que estaba dotado..., que era para la elaboración y desarrollo técnico del Andalucía de Compras, del portal, valorado en 800.000 euros. Este primer convenio se complementó con cargo a un segundo convenio, que ya era para el desarrollo del proyecto de incorporación a las pymes comerciales, al nuevo modelo productivo y de mercado —es decir, implementación del producto—, valorado en 954.000 euros. Tengo que decirles que de estos dos convenios todavía no se ha materializado el cien por cien del pago efectivo, lo cual ha generado, como consecuencia directa, pues que el desarrollo de la plataforma no haya avanzado en la misma..., en la velocidad inicialmente prevista. Tengo también que decirles que estos convenios englobaban el cien por cien de la inversión. Por lo tanto, toda la inversión para el desarrollo y la puesta en marcha del portal era con cargo a la financiación de la Consejería, que, al haber

tenido esos problemas de..., al haber tenido y al tener, esos problemas de tesorería, dificultan su desarrollo.

No obstante, decirle que el portal ya está vigente, ya está efectivo. En este momento lo que nos trasladan los gestores de la central de compras es que han recibido más de ochocientas peticiones de comercios andaluces para desarrollar en sus establecimientos la tienda y el escaparate virtual, y lo que nos trasladan también es que, con los datos actuales, se estima que para finales de este año se cierren más de doscientos acuerdos con proveedores, que facilitará a los comercios y pymes comerciales andaluces disminuir los costes de explotación.

Y estos son los datos de que le puedo informar al día de hoy. Yo espero que en el momento en que se vayan resolviendo los problemas de tesorería existentes se facilitarán los pagos comprometidos y, por lo tanto, la puesta en marcha del cien por cien del portal, tal como inicialmente se ha previsto, que, como digo, es como consecuencia de una colaboración estrecha y directa con la Confederación de Empresarios del Comercio de Andalucía.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.
Señora Isac.

La señora ISAC GARCÍA

—Gracias, Presidenta.

Señor Consejero, muchísimas gracias, muchísimas gracias por la información que nos da esta mañana al Grupo del Partido Popular Andaluz. No estábamos acostumbrados a tanta sinceridad y es por lo que le reitero nuestra gratitud. Usted mismo habrá podido ver que los datos que salían en la prensa no respondían con rigor y con exactitud a lo que luego es la realidad.

Bueno, olvidando esto, señoría, trasladarle la inquietud que desde el sector comercial, sobre todo desde las pequeñas empresas comerciales, nos trasladan al Partido Popular.

Usted conoce perfectamente la sangría de pérdida de puestos de trabajo que se ha producido en el sector en los últimos cuatro años. Según los últimos informes con los que contamos, en torno a sesenta mil personas han perdido su puesto de trabajo en el sector comercial en los últimos cuatro años. Y usted debe de comprender que, ante esa situación, en un sector que se comporta habitualmente como un sector refugio, o sea, un sector generador de empleo, donde el autoempleo está patente, donde la inserción laboral de los jóvenes es notoria, donde el empleo femenino también es notorio y relevante, usted comprenderá que

debe ser un sector estratégico a la hora de desarrollar un desarrollo endógeno de nuestra Comunidad.

¿Qué le quiero decir con esto? Que hay que apostar de forma más decidida, más determinante, por este sector.

Con profundo pesar le traslado que, durante los últimos dos años, sobre todo los presupuestos destinados a comercio, han quedado tan invisibles que apenas han sido receptivos los comerciantes de políticas tendentes a paliar su difícil situación. El sector está desangrándose en liquidez, el sector tiene muchísimas dificultades para vender sus *stocks*, y cuál es nuestra sorpresa, señoría —se lo digo a título de crítica—, cuando, este verano, podemos leer en prensa cómo desde su Consejería se sancionaba a unos pequeños comerciantes de la localidad malagueña de Nerja por hacer una feria del *stock*. Usted, si tiene más información al respecto, le agradecería que me la trasladara.

En definitiva, señorías, hay que apostar de forma decidida por un sector que tiene, representa el 11% del PIB regional, que representa un 16% del empleo; que se ha visto abandonado, olvidado, en los últimos años, en presupuesto y en visibilidad; que el convenio con la CECA, si de verdad no se ha pagado, hay que pagarlo, porque es la institución que nos sirve para comunicar y para desarrollar políticas tendentes a impulsar a este sector tan necesitado.

Señorías, no podemos permitirnos abandonar a un sector que genera también ciudad.

Y decirle también que, independientemente de que la crisis, ya que fue el primer sector que la detectó allá por el año 2006, independientemente de que la crisis ha hecho estragos en este sector, también lo han hecho otras actuaciones que se han desarrollado en los últimos años.

Hablaba usted también de los centros comerciales abiertos.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señora Isac, su tiempo ha concluido. Vaya terminando.

La señora ISAC GARCÍA

—Un segundo, Presidenta.

Los centros comerciales abiertos hay que seguir impulsándolos; pero hay, sobre todo, que incidir en que el ciudadano, el consumidor, tenga próxima su tienda de proximidad —de ahí el nombre—. Han desaparecido los aparcamientos y los comerciantes los reivindican más que nunca. Comprar juntos, pero comprar de forma fácil y natural, no poniéndole dificultades al mismo hecho de comprar.

Muchas gracias, señoría, y muchas gracias, Presidenta.

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, por sus palabras y por el tono de las mismas, lo cual me impide a mí, a lo mejor, realizar otra intervención, en este segundo turno, más acorde con las políticas que desde el Estado se están implantando por parte del Partido Popular, que, permítame que le diga con todo el cariño del mundo, poco tienen que ver con sus palabras y con su ánimo y con su intención, ¿no? Pero en fin.

Yo decirles que la apuesta por el pequeño y mediano comercio es una apuesta decidida del Gobierno, de esta Consejería, del partido al cual yo pertenezco, que es Izquierda Unida, y que va a ser una línea fundamental de trabajo en esta legislatura. Tan es así que, saben ustedes, vamos a articular el impuesto sobre los grandes establecimientos comerciales, que queremos entre en vigor ya en el 2013 y cuya recaudación va a ir destinada al programa de fomento del comercio interior de Andalucía para dotar de recursos a las políticas públicas en materia de apoyo al pequeño y mediano comercio, a su comercialización, a su modernización, a sus estructuras empresariales, a los centros comerciales abiertos, a todo lo que su señoría ha expresado y con lo cual estoy absolutamente de acuerdo en relación a la importancia del sector. Este impuesto, es nuestra intención, decía, que entre en vigor ya el 1 de enero de 2013, y que la recaudación que se extraiga, que se consiga, vaya dirigida a estos objetivos.

Y vaya dirigida a estos objetivos porque creemos que, en este momento, el decreto ley aprobado por el señor Montoro, el real decreto ley, por el Partido Popular, ha producido una ruptura del equilibrio comercial que en Andalucía existía, no tanto por los horarios comerciales, que ya de por sí es una ruptura importante, sino por todo lo que significa la desregularización de las rebajas, de los saldos y de las ventas en *stock*. Eso, al pequeño y mediano comercio, es directamente un disparo en su línea de flotación. Mucho más grave, incluso, que lo de los horarios comerciales, porque supone que los pequeños y medianos comercios difícilmente van a poder hacer frente a las políticas agresivas en materia de rebajas, en materia de *stockages*, en materia de venta de saldos, que desde las grandes superficies,

desde los grandes establecimientos, se pueden poner en marcha.

Nosotros vamos a trabajar en esa dirección. Ya también les anuncio que próximamente aprobaremos por el Consejo de Gobierno un decreto ley para modificar la Ley de Comercio Interior de Andalucía, adaptándola a los criterios impuestos por el Gobierno central en el decreto ley a que anteriormente hacía referencia. Esa modificación se hará en tanto en cuanto se sustancia el recurso de inconstitucionalidad que desde el Gobierno andaluz hemos interpuesto precisamente contra ese decreto ley. Y también decirles que, en el decreto ley que vamos a hacer en Andalucía, intentaremos resolver los problemas que han llevado a que se sancione esa feria, esa actuación de *stockage* en Nerja. Con la actual ley de comercio interior de Andalucía eso no es posible. Incluso en algunos otros lugares han sido las propias asociaciones de comerciantes las que han denunciado ferias parecidas. En este caso, en Nerja se trataba de una feria organizada por la propia asociación de comerciantes. Pero quiero decirle que en otros lugares han sido las asociaciones de comerciantes las que han denunciado a la Consejería ferias de estas características organizadas por otro tipo de entidades o por otro tipo de promotores. Era una situación que nos parecía que no era adecuada y, por lo tanto, para evitar este tipo de actuaciones, que, como ustedes saben, en el momento en el que la Inspección levanta acta, se inicia un procedimiento administrativo que es complicado de resolver de otra manera que no sea la aplicación estricta y directa de lo que la ley establece; para evitar eso queremos, en ese procedimiento de decreto ley que vamos a aprobar próximamente en el Consejo de Gobierno, modificar también la Ley de Comercio Interior para que este tipo de actos no puedan ser sancionables.

Pero sí le digo que la apuesta por el pequeño y mediano comercio es seña de identidad de este Gobierno y, desde luego, del partido que sustenta en este momento la Consejería de Comercio y Turismo.

9-12/POC-000398. Pregunta oral relativa al turismo de golf en Andalucía

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

Pasamos, por tanto, a la siguiente pregunta, pregunta con ruego de respuesta oral en comisión relativa al turismo de golf en Andalucía. Para esta pregunta tiene la palabra don Manuel Recio Menéndez.

El señor RECIO MENÉNDEZ

—Gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, tras la comparecencia que hizo usted en Pleno, donde entre otros asuntos trató la importancia del turismo deportivo, concretamente nos gustaría preguntarle sobre el destino Andalucía golf. Y, teniendo en cuenta que aproximadamente en España acogemos el 35% del turismo de golf a nivel europeo, nos gustaría saber, en primer lugar, cuál es la posición que tiene Andalucía respecto a ese mercado europeo en cuanto al golf y, luego, ante las turbulencias que ahora mismo hay en el entorno del sector turístico, saber cuáles son las perspectivas de futuro y qué piensa hacer su Consejería al respecto.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Recio.

Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señor Recio.

El turismo de golf en Andalucía goza de una buena salud. Prueba de ello es que en nuestra Comunidad contamos con un total de 106 campos de golf, de los cuales el 50% se encuentra en la provincia de Málaga y el resto se distribuye en el resto de las provincias, básicamente Cádiz y Huelva. Si extrapolamos estos datos a nivel nacional, Andalucía continúa siendo líder en cuanto a la oferta de golf, ya que en 2011 ofrece el 22,9% de los campos de España, seguida a gran distancia por Cataluña, con el 10,6%, y Castilla-León, con el 9,2%.

En lo referido al número de jugadores federados, la Comunidad de Madrid acapara el 29,2% del total de jugadores federados en España, con 95.507 licencias, mientras que Andalucía se sitúa en segunda posición, con casi 51.000 federados. De hecho, Andalucía recibió en el año 2011 un total de 425.000 turistas de golf, lo que representa —y llamo la atención sobre este dato, porque a veces somos dados a..., situar, sobreponderar la importancia de determinados sectores turísticos en el conjunto del destino turístico andaluz—... En el año 2011, el total de los visitantes que vinieron a Andalucía atraídos básicamente por la oferta de golf fueron 425.000, lo que representa el 1,9% del total de los turistas recibidos en Andalucía para este año. Y le digo este dato simplemente para ponderar en un sentido más adecuado la trascendencia que el segmento de golf tiene desde la óptica turística y desde la óptica del mercado turístico.

Este tipo de turistas permanecen —y esto es también importante ponerlo de manifiesto— una media de 11,7 días, cifra superior en casi tres días a la estancia media que presenta el total de los turistas en Andalucía. El gasto medio de los turistas del golf en el destino andaluz también muestra una amplia diferencia con respecto a la media, ya que se sitúa en 80,31 euros el gasto por persona y día, mientras que la media del total de turistas se encuentra aproximadamente en 60,35 euros, lo cual corrobora la importancia que tiene esta rama en el sector turístico desde estas magnitudes.

De hecho, estamos plenamente convencidos de que este sector cuenta con unas magníficas perspectivas de futuro, ya que el 82,4% de los turistas que han elegido Andalucía en 2011 para practicar el golf ya habían estado en la Comunidad en los últimos cuatro años con esta misma motivación. Es más, el 76,5% de los turistas que han visitado este año Andalucía con este motivo ya pasaron sus últimas vacaciones, motivadas por este deporte, en Andalucía. Esto implica un grado de fidelidad muy superior al grado de fidelidad del turista en general, que se sitúa en el 48,7%.

La valoración media que realizan los turistas a las instalaciones de golf en Andalucía es de notable —ocho puntos en una escala del uno a diez—, manteniéndose constantes estas valoraciones respecto al año pasado. Destacan el diseño de los campos, los servicios prestados en los mismos, la gestión de las reservas y la conservación como los aspectos más valorados por el turista en el año 2011.

Tengo que decirle que ha habido decisiones adoptadas por el Consejo de Ministros que pueden repercutir de manera muy negativa en cuanto al segmento del turismo del golf en Andalucía.

Sabe usted que el Consejo de Ministros, el señor Montoro —bueno, el Consejo de Ministros, el Gobierno del Partido Popular—, aprobó en el decreto ley célebre, en el real decreto ley célebre, incrementar los IVA en general, del sector turístico, del 8% al 10%; pero acordó, de manera ciertamente incomprensible, elevar el IVA del golf, de los usuarios del golf, del 8% al 21%. Es una subida espectacular, es una subida absolutamente exagerada que puede poner en valor o, perdón, que puede poner en peligro el propio segmento del turismo del golf en la medida en que el incremento del 8% al 21% puede hacer no competitivos los campos de golf actualmente existentes en Andalucía, con respecto a otras ofertas, también de campos de golf, de primer nivel, como puede ser la de Portugal, que tienen un IVA para los campos de golf infinitamente inferior al de Andalucía, o como pueden ser las experiencias griegas o las experiencias turcas, sobre todo, ¿no? Por lo tanto, no puedo ocultarle ese peligro que en este momento acecha.

Desde la Consejería nos hemos reunido, desde la Consejería y desde la Mesa del Turismo, con Co-

misiones Obreras, UGT y la propia CEA; nos hemos reunido con la Federación de Usuarios de Campos de Golf de Andalucía, con la Asociación de Gestores de los Campos de Golf de Andalucía; le hemos remitido una carta al Gobierno central, al Ministro de Industria y Turismo y al Ministro de Hacienda, haciéndole ver lo absolutamente inaceptable e incomprensible de incrementar el IVA del 8% al 21% para los usuarios de los campos del golf; que eso podía poner peligro a este segmento turístico en Andalucía —en Andalucía y en España, lógicamente, pero nosotros hablamos desde nuestro ámbito de responsabilidad—, y que eso podía dificultar la viabilidad futura de los propios campos de golf.

Tengo que decirles también, para acabar, que, dentro del Plan de Acción Turística para el 2013 y del Plan Director de Marketing de 2013-2016, queremos incluir campañas específicas de fomento del turismo de golf, de la Andalucía del golf, como objeto específico de las promociones a desarrollar por parte de la Consejería de Turismo y Comercio en los próximos años, y lo queremos hacer también de acuerdo con los propios usuarios de los campos de golf, con los gestores de los campos de golf, poniéndolos en común con los hoteleros, para hacer paquetes turísticos comunes, para poner en valor todas las posibilidades que las infraestructuras del golf en este momento en Andalucía existen. Se lo trasladamos a la federación, se lo trasladamos a los gestores, y estuvieron de acuerdo en este planteamiento, y vamos a iniciar ya el trabajo para realizar esos planes de fomento específico del turismo de golf en Andalucía, para poner en valor este segmento turístico, no solo en las etapas altas, fundamentalmente la etapa estival, sino ponerlo en valor a lo largo de todo el año, como un factor también que contribuya a luchar contra la estacionalidad del sector turístico en Andalucía.

Muchas gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.
Señor Recio.

El señor RECIO MENÉNDEZ

—Muchas gracias, señor Consejero, por la información que nos aporta.

Y la verdad es que, cuando formulamos la pregunta, exactamente lo que queríamos era ahondar sobre la reflexión que usted ha hecho en el tema de la subida del IVA que van a tener los campos de golf en toda

España, y, por lo tanto, también en Andalucía. Porque esta mañana hemos escuchado aquí, en esta Comisión, el pedir al Gobierno andaluz que se preocupara por todos los segmentos turísticos, desde el mochilero hasta el campo del golf o al del Veleró; pero, desde el punto de vista del Gobierno, no solo se tienen que hacer peticiones cuando se está en la oposición, sino que yo creo que hay que dar muestras de responsabilidad sobre todo cuando se está en los Gobiernos, y hemos asistido a una subida del IVA del 8% al 21% que puede hacer que todos los esfuerzos que ha hecho la sociedad andaluza en tener un segmento de turismo de golf desarrollado finalmente se vea en problemas en los próximos meses y en los próximos años.

Por lo tanto, es indudable que estamos ante una encrucijada, ante la enorme inversión que hemos hecho desde el punto de vista del pueblo andaluz en este sector, y, por lo tanto, creo que podremos, con esas medidas que usted nos ha anunciado, hacer frente seguramente a esa gran amenaza que se nos cierne por una cuestión de precio, fundamentalmente debido a la subida del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Pero no solo en esto, señor Consejero. Yo creo que también tenemos encima de la mesa otras cuestiones que para el sector turístico andaluz son muy importantes y que está vinculado con todo lo que se está viendo aquí esta mañana, como es el hecho también de Turespaña, la modificación que está habiendo en Turespaña, y cómo parece ser que desde el Partido Popular se quiere marginar a Andalucía en este organismo tan importante que es para la promoción internacional de nuestro sector.

La verdad es que, en el ánimo de colaboración que parece que esta mañana nos está exponiendo aquí el Partido Popular en esta comisión, sería adecuado que, en ese espíritu de colaboración, seguramente se pusieran en contacto con el Ministro Soria y le dijeran que no entendemos desde Andalucía, no entendemos nadie, cómo es posible que, siendo tan importante, desde el punto de vista turístico, a nivel español nos podamos ver finalmente marginados de un organismo como es Turespaña.

Yo creo que, en ese ánimo de colaboración que se nos expone, sencillamente sería deseable que, tanto en el tema del IVA en este sector turístico como con carácter general en la promoción internacional del turismo, Andalucía ocupara el puesto que se merece a nivel nacional.

Gracias.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ, PRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Recio.
Señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Gracias, señora Presidenta.

Coincido plenamente con sus palabras y sus reflexiones. Efectivamente, la subida del IVA a los usuarios de los campos de golf es absolutamente contraproducente con los intereses turísticos de Andalucía y con los intereses turísticos de España, porque es un segmento que, como le decía anteriormente, queremos cultivar, queremos apoyar, queremos incentivar, por los beneficios que ese segmento genera en las economías locales y por el efecto que tiene contra la estacionalidad del sector turístico del sol y playa. Se lo hemos hecho llegar de manera unánime todo el sector turístico andaluz al Gobierno central, la posición de los sindicatos y de la patronal ha sido ejemplar en ese ámbito, y se lo vamos a seguir trasladando.

Nos parece absolutamente inaceptable, incomprensible, desde todas las ópticas, también desde la óptica recaudatoria, pero desde todas las ópticas, nos parece incomprensible una elevación tan brutal del sector... del IVA a los usuarios de los campos de golf, que hace dificultar la competitividad de los campos de golf y de la oferta del golf en Andalucía con otras ofertas de golf en otros lugares donde no se actúa de esta forma.

Yo se lo decía en la comparecencia que tuve oportunidad de realizar en el Pleno: que, cuando todos los países competidores van en una dirección, nosotros vamos en la contraria, y además queremos..., nos quieren hacer creer que todos los demás van equivocados y que nosotros somos los únicos que vamos en la dirección correcta. Eso es absurdo.

Si el IVA turístico en Grecia se baja, si en Irlanda se baja, si en Portugal se baja, si en Francia se tiene superreducido, si en Alemania es más pequeño que en Andalucía, por algo será, por algo será. Si los IVA a los usuarios del golf en toda Europa están por debajo de lo que se plantea en España, por algo será.

Por lo tanto, desde esa óptica, vamos a seguir trasladando al Gobierno central la urgente necesidad de modificar ese criterio. Y de modificar ese criterio que yo creo que se podría realizar simplemente cambiando la calificación de la actividad del golf de deportiva a turística. Con simplemente cambiar esa calificación, automáticamente pasaría al 10%, y, por lo tanto, se rebajaría un 11% de impuestos, ¿no?

Y, por último, en relación a lo de Turespaña, brevemente, pues decirle que nosotros hemos trasladado, y queremos seguir trasladando a Turespaña, nuestra voluntad de colaboración y de cooperación en materia de promoción exterior. De hecho, ya he anunciado que en la ITB de Berlín el año que viene vamos a ir conjuntamente; pero le hemos dicho, también desde la misma sinceridad, que Andalucía no va a consentir estar marginada de los órganos de decisión sobre la promoción turística de la marca de España, y que es-

tamos de acuerdo con que participen los privados en la financiación de la promoción turística —en Andalucía también lo estamos haciendo, o lo queremos hacer—, pero que no podemos confundir la colaboración público-privada con la gestión privada de lo público, y que tampoco podemos confundir «con la participación de sectores y territorios» con el hecho de que la promoción turística de España no se haga desde la perspectiva del interés general de todos los territorios, sino que se haga desde la perspectiva de intereses concretos donde los *lobbies* turísticos tienen todas sus infraestructuras hoteleras y turísticas consolidadas.

Yo tengo que decirles que estoy convencido —soy optimista por naturaleza, como toda persona de izquierda: tenemos que serlo—, yo estoy convencido de que al final la cordura se impondrá y que desde la Secretaría de Estado y desde la propia dirección general de Turespaña se arbitrarán mecanismos para que la gestión del turismo, de la promoción turística de España, se haga desde lo público, y para que, además, se haga desde los intereses de todos los territorios. En esa dirección vamos a trabajar.

El día 31 tengo una reunión pendiente con la Secretaría de Estado de Turismo, que viene aquí, viene a Málaga, y vamos a tener una reunión, donde yo espero puedan disiparse todas estas dudas.

9-12/POC-000399. Pregunta oral relativa a la ITS de la Costa Tropical

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, Consejero.

Seguimos con el orden del día establecido. A continuación, pregunta con ruego de respuesta oral en comisión relativa a la iniciativa de turismo sostenible Costa Tropical. Para formularla, tiene la palabra la señora Aguilera García.

Tiene usted la palabra.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, señora Presidenta. Señor Consejero.

Como usted ha dicho, en otra intervención del Grupo Popular, en una iniciativa también de turismo sostenible, volvemos a hablar de este tema —ya se ha traído en alguna otra ocasión—; pero, en este momento, lo que sí quisiera trasladarle con esta pregunta es, bueno, las incertidumbres y que, bueno, que se conozcan en sede parlamentaria los esfuerzos y los trabajos

que está también realizando, aparte del grupo de la iniciativa de turismo sostenible, también la Consejería, para apoyar esta iniciativa.

A nosotros nos parece muy importante, cuando ya hubo el acuerdo de poner en marcha esta iniciativa de turismo sostenible, que tardó un poquito más que otras comarcas en ponerse en marcha, pero no por ello..., bueno, y debido a la situación de crisis, pues, evidentemente, todo lo que son inversiones se ha visto en algo más..., y se va a ver algo más ralentizado.

Estamos hablando de 18 municipios de la Costa Tropical, en donde la economía fundamentalmente está basada en el turismo y la agricultura, y, por lo tanto, toda la comunidad turística de la Costa Tropical, bueno, pues yo creo que han previsto que, a través de esta iniciativa y de este grupo creado, pues pudieran sufragarse los importantes déficits que pudiera haber en algunos de los negocios de hostelería o en cualquier actividad que forme parte de esa comunidad, y para hacer un producto turístico de mayor interés.

A mí me gustaría, señor Consejero, que, en esta sede parlamentaria, pudiera usted informarnos de cómo están hasta el momento todos los trabajos relacionados con esta iniciativa de turismo sostenible. Ahora mismo se están desarrollando todos los proyectos, entiendo, de la anualidad del 2010, y usted pidió, su Consejería, que hubiera una reprogramación de las diversas anualidades.

Para nosotros es muy importante que se siga apostando por esta iniciativa de turismo sostenible. Por eso, en esta mi primera intervención, lo que me gustaría es que nos situara cuál es el balance, y el compromiso alto y claro, como usted lo ha expresado —pero yo creo que es bueno que se conozca aquí—, cuál es el compromiso que tienen el Gobierno de Andalucía y la Consejería de Turismo con la costa granadina en el caso..., en materia del sector turístico, al que hemos apoyado y vamos a seguir apoyando desde el Grupo Parlamentario Socialista.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muy bien. Gracias, señora Aguilera.

Para responderle, el señor Rodríguez tiene la palabra.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Gracias, señora Aguilera.

Esta iniciativa, la que su señoría ha sometido a la pregunta, tiene establecido el primer plan de acción correspondiente al ejercicio 2010 mediante un convenio que se suscribió el 14 de diciembre de 2010. El presupuesto aprobado para este plan de acción ascendió

inicialmente a 7.493.041,79 euros, contando con una subvención de 2.995.850,67 euros.

Una vez puestas en marcha las actuaciones previstas en el convenio, se ha producido la renuncia de dos proyectos, a resultas de lo cual el plan de acción ha quedado establecido en una inversión de 6.575.484,72 euros y una subvención de 2.683.827,84 euros. De este total, hay tres proyectos de los que aún no han comenzado la ejecución, el castillo de Salobreña, Puerto de Motril y Hotel Sol de Junes, en Motril, representando una inversión conjunta, estos tres proyectos, de 4.719.924 euros. Por lo tanto, a nivel presupuestario, el grado de ejecución alcanza un 28,2%.

Con fecha 15 de junio de 2011 tuvo entrada en la Consejería el segundo plan de acción, presentándose un total de 63 proyectos, de los cuales 26 serían de iniciativa pública y 37 de iniciativa privada. En fecha 21 de junio de 2012 se ha dictado resolución de archivo de esta convocatoria por falta de disponibilidad presupuestaria. Respecto a la convocatoria para el tercer plan de acción, aún no se ha tomado acuerdo al respecto.

Para aclarar el archivo de la convocatoria, el día 30 de agosto se mantuvieron tres reuniones diferentes con las Alcaldesas de Motril y Almuñécar y el Alcalde de Salobreña, para aclarar que el archivo de la convocatoria de 2011 no conllevaba, ni conlleva, el rechazo de los proyectos incluidos en ella, sino que, simplemente, se archivaba al no tener en ese momento disponibilidad presupuestaria, y era absurdo mantener unos proyectos sin consignación. Se les dijo y se les mantiene que, en futuras convocatorias, esos mismos proyectos podrán volver a presentarse, y, en el momento en el que haya disponibilidad presupuestaria, desarrollarse.

El primer plan de acción se ha reprogramado, lo pendiente se ha reprogramado, como bien ha dicho su señoría, para el 2013, y todo ello se explicará en la comisión de seguimiento que hay convocada para el próximo lunes, 22 de octubre, en Almuñécar, donde por parte de la Secretaría General se explicará todo el desarrollo con más detalle, lógicamente, de lo que ahora estamos debatiendo.

Quiero decirles que la apuesta de la Consejería por esta ITS, como por cualquier otra, es al cien por cien. Nuestro objetivo es que se cumpla el cien por cien de lo inicialmente previsto, si bien el desarrollo de ejecución habrá que acompararlo a las disponibilidades presupuestarias.

El plan de acción aprobado se está ejecutando, en el 2013 se ejecutarán las inversiones previstas inicialmente para 2012, en este momento está en un 28% de ejecución, yo espero que a final de 2013 estemos en una fase superior al 50% de ejecución como consecuencia de esas inversiones, y se podrán ir incorporando nuevos planes de acción en el marco en que las disponibilidades presupuestarias así lo permitan, hasta que se culmine el plan tal como inicialmente estaba previsto y tal como inicialmente se aprobó; pero la apuesta por la

iniciativa de turismo sostenible es evidente, es palpable y, además, como quedan cuatro años de legislatura, tendremos la ocasión de ir viéndola año a año.

Por lo tanto, las alarmas que se han generado de manera intencionada, posiblemente porque desde la Consejería tampoco explicáramos adecuadamente los pasos que hemos dado, esas alarmas, pues se quedarán en eso, en agua de borrajas.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Sí. Para su segundo turno, tiene la palabra la señora Aguilera.

Le quedan dos minutos.

La señora AGUILERA GARCÍA

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Ya muy brevemente, porque yo creo que ha sido muy clarificadora la respuesta del señor Consejero. Es decir, hay el compromiso de mantener las anualidades. Lo único que tiene la lógica en la gestión, en la situación de crisis, es que se está haciendo una reprogramación, que tiene lógica en cuanto a la situación económica que tiene ahora mismo cualquier Gobierno y cualquier gestión que se esté llevando a cabo.

Las dudas que ellos han planteado —que usted lo ha dejado claro— eran en cuanto a qué pasaba con la anualidad del 2011, si era recuperable o no era recuperable. Son recuperables, entiendo, según usted ha dicho, esos proyectos, y la anualidad se mantiene. Otra cosa es que la programación sea en un presupuesto, evidentemente, posterior; pero entiendo que va a haber las cuatro anualidades que habían previstas y, por lo tanto, no se tiene por qué perder nada.

Al Grupo Socialista, y al Partido Socialista en Granada, no le interesa la confrontación para nada. Lo que queremos es que se culminen las infraestructuras de comunicación que tiene la costa granadina, que son básicas e importantes para los dos sectores económicos, el del turismo y el de la agricultura. Esperemos que el Gobierno de la Nación las termine en esta legislatura y, así, el sector turístico, con estas promociones, desde luego se verá incrementado.

Por lo tanto, nada de confrontación, y, como usted ha dicho, en el camino iremos viendo los compromisos del Gobierno de Andalucía y del Partido Socialista con la Costa Tropical.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Aguilera.

Para contestarle, tiene la palabra el señor Consejero, al que le queda un minuto.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Gracias, señora Presidenta.

Simplemente para matizarle. No estamos hablando —y de ahí posiblemente provenga parte de los malentendidos— de anualidades. Estamos hablando de planes de acción.

Desde la Consejería mantenemos los cuatro planes de acción, que no significará que cada plan de acción se haga en una anualidad. Por lo tanto, está en este momento en marcha el plan de acción primero.

Yo espero, si las disponibilidades presupuestarias así lo permiten, en el 2013 poder acordar el segundo plan de acción y de esa forma cumplir todos los planes inicialmente previstos; pero es importante situar que hablamos de planes de acción y no tanto de anualidades, porque las anualidades tienen las dificultades que tiene el después tener que plasmarse en presupuestos. Y, por ese criterio, bueno, pues la acumulación es exponencial, porque en un año habrá lo de ese año más lo del año anterior, y eso, multiplicado por todas las ITS de Andalucía, daría un resultado presupuestario inasumible, ¿no?

Por eso, simplemente matizarle ese planteamiento, y sí decirle que nuestro compromiso es al cien por cien por el cumplimiento de las iniciativas de turismo sostenible previstas.

9-12/POC-000418. Pregunta oral relativa a los datos de ocupación hotelera en Sevilla

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

A continuación seguimos con el orden del día establecido, y para formular la pregunta con ruego de respuesta oral en Comisión tiene la palabra el señor don Jaime Raynaud. Es relativa a datos de ocupación hotelera en Sevilla.

Su señoría tiene la palabra.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Señor Consejero, ¿qué valoración hace la Consejería de Turismo y Comercio de los datos de ocupación

hotelera en el último año en la provincia de Sevilla, y —yo iría incluso un poco más— qué medidas cree su señoría, el señor Consejero, que se deben de adoptar por parte de su Consejería en la provincia de Sevilla? Yo ya le anticipo que estoy preparado para la correspondiente ración de Cristóbal Montoro, de Soria, de las catastróficas decisiones del Consejo de Ministros de España y de la subida del IVA. Para eso estoy preparado, tengo el cuerpo hecho. Esta noche he hecho un ejercicio mental importante de preparación y espero con interés su respuesta, señor Consejero.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—A continuación tiene la palabra el señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Desgraciadamente, señor Raynaud, todos tenemos el cuerpo hecho a esa realidad, a esa realidad, y todos nos tememos los siguientes «Viernes de Dolores», porque nunca sabemos si nuestro cuerpo podrá seguir aguantando nuevos sobresaltos, ¿no?

Pero, en cualquier caso, en relación a su pregunta, no tenía previsto hablarle del señor Montoro ni del Gobierno central. Simplemente me iba a limitar a los datos que usted, de forma tan certera, situaba en su pregunta.

Durante el año 2011, en la provincia de Sevilla, las pernoctaciones hoteleras se vieron incrementadas en un 6,2%, con un total de 4.547.504 pernoctaciones. Este incremento fue debido al buen comportamiento de las estancias foráneas —cuando hablamos de foráneas nos referimos a internacionales, a extranjeros—, que aumentaron hasta alcanzar un total de 2.358.146, lo que supone un incremento del 12,8% con respecto a los niveles de ocupación del año anterior. Este ascenso, junto al leve crecimiento del número de plazas ofertadas, ha propiciado un incremento de 2,5 puntos en el grado de ocupación, situándose en el 46,98%.

En cuanto al acumulado del año, del año 2012, correspondiente a los meses enero-agosto, cabe destacar que se sigue produciendo un aumento de las pernoctaciones extranjeras, con un incremento del 1,7%, llegando al importante número de 1.598.327 visitantes, pero que no ha sido suficiente para compensar el descenso registrado en las pernoctaciones nacionales, donde se ha producido un descenso, en este caso, del 1,9%.

El contexto generalizado de crisis en España, las razones que conllevan este descenso del turismo nacional no son únicas en Sevilla, ni siquiera únicas, lógicamente, en Andalucía, sino que son generales

en todos los destinos turísticos nacionales, y viene provocado por la situación económica que vivimos, y que, si usted quiere, pues podemos hablar de ella en su segunda intervención y ahí sí tendremos ocasión de hablar de Montoro y del Gobierno central.

Hay que añadir, además, el balance positivo del puente del Pilar en Andalucía, que pone de manifiesto la fortaleza y riqueza de Andalucía, así como la solvencia de sus operadores turísticos. Esto se corrobora perfectamente en los datos recogidos en la encuesta puntual de ocupación, en la que Andalucía registró 542.626 pernoctaciones en este puente y alcanzó un grado de ocupación del 72,9%, y de forma más concreta en Sevilla, donde el grado de ocupación alcanzó el 80% de las plazas hoteleras ofertadas, con 65.081 pernoctaciones. En total, un 12% del total de las pernoctaciones que se realizaron en Andalucía con motivo del puente del Pilar.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Consejero.

Para contestarle al Consejero, tiene la palabra el señor Raynaud.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Muchas gracias, señora Presidenta.

Mire, señor Consejero, yo voy a hablarle de Andalucía y de Sevilla, ¿eh?, y de algunos datos...

Es cierto que en algunos de los datos globales que ha dado usted en relación al último año...; pero yo le debo de manifestar que, con independencia de que pudiera haber algunos datos en general, en cualquier contexto del que podamos hablar, que sean muy negativos, pero que sea puntual, yo creo que a mí no me debería, ni yo creo que en general no debería de crear alarma, pero sí cuando lo que hay son pequeños ratios o pequeños indicadores, pequeños cocientes, que son todos, diríamos, si no, por lo menos, graves, sí ciertamente preocupantes. Y me voy a referir a los últimos, en concreto a la temporada alta en Sevilla, y a un dato que a mí fundamentalmente me preocupa, que es el dato comparativo. Es decir, poco a poco se va viendo cómo la brecha, diríamos, de la incidencia del turismo, tan necesaria en la provincia de Sevilla, respecto al conjunto de Andalucía o al conjunto de España se va haciendo cada vez más patente.

Mire, señor Consejero, según el Instituto Nacional de Estadística, en este mes, en el mes de agosto del 2012, el último dato que hay hasta el momento —por lo menos que yo tengo tabulado—, en la provincia

de Sevilla ha habido 13.841 viajeros menos que en agosto del año pasado, 13.841. Es decir, una bajada del 6,72%. Y fíjese: Siendo cierto el dato que usted decía, que lo que ha bajado en Andalucía ha sido el turismo nacional, pero se ha visto compensado por el mayor incremento del turismo internacional, pues, en la provincia de Sevilla, desgraciadamente no ha sido así. Es decir, esa bajada de 13.841 viajeros corresponde a turistas nacionales y a turistas extranjeros. Por lo tanto, una bajada importante. En ese mismo mes, las pernoctaciones han bajado también de una manera importante en Sevilla, en la provincia de Sevilla, el 4,37%. La media en Andalucía, según el Instituto Nacional de Estadística, de las pernoctaciones ha sido tan solo del 1,85%.

En relación a las plazas de fines de semana, que usted sabe que es un elemento, el propio puente..., pues prácticamente un fin de semana largo, volvemos a tener también un dato verdaderamente preocupante.

El grado de ocupación en Sevilla en el mes de agosto, los fines de semana del mes de agosto de este año, ha sido el 42,44%, frente al 47,81% del mismo periodo del año anterior, los mismos fines de semana del mes de agosto del año anterior. Y si comparamos —fíjese— con ciudades... No le voy a dar por ejemplo el dato de Palma de Mallorca, donde la ocupación en el mes de agosto ha sido el 80,6% —evidentemente, el atractivo del mar, de las playas... ¿eh?—, pero el dato más próximo al de Sevilla, la ocupación media de Sevilla, según les estoy dando datos de una consultoría turística de primer orden y que hace, además, una encuesta muy real, porque lo que hace es llamadas a miles de establecimientos hoteleros, en Sevilla la ocupación media en el mes de agosto ha sido del 26,5%. El dato más próximo negativo es el de Madrid, hoteles de cuatro estrellas, con el 36,3%. Pero es que Valencia ha estado en el 76,6 —76,6%—, y Palma de Mallorca, ya no le digo: el 80,6. Todos han subido en el mes de agosto, la ocupación en el mes de agosto, salvo Madrid y Sevilla, son las dos únicas ciudades respecto al mes de agosto del año anterior.

Y qué decir de la población ocupada.

Mire, el paro registrado en la provincia de Sevilla en el año 2008 eran 2.574 parados; en el año 2011, 10.039; y, desde luego, no estaba la reforma laboral que tan infaustas consecuencias tiene para ustedes. Del año 2008 al año 2011 gobernaba el señor Rodríguez Zapatero, y aquí estaban el señor Chaves y el señor Griñán. En tres años ha aumentado el turismo en la provincia de Sevilla en 7.465 parados.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señor Raynaud, debe de ir concluyendo.

El señor RAYNAUD SOTO

—Termino en seguida, señora Presidenta.
El 290% de aumento.

Por lo tanto, señor Consejero, yo, que esta mañana le he oído con mucha atención ese plan que se pone en marcha, el plan... otro plan más, yo le pediría medidas concretas para la provincia de Sevilla.

Usted ha dicho «yo no quiero crear falsas expectativas». Yo tampoco quiero crear falsas expectativas; pero los datos del aeropuerto de enero a agosto son demoledores en cuanto a la entrada de pasajeros por el aeropuerto de Sevilla, también la bajada de conexiones internacionales, y, por lo tanto, teniendo en cuenta que, por ejemplo, una cosa tan concreta como el Plan Turístico del Guadalquivir, fíjese bien, que está enmarcado dentro de ese Plan de Turismo Sostenible 2008-2011, señor Consejero, yendo a datos concretos, sin grandes planes, sino con la realidad misma, el Gobierno del partido...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Lo siento, señor Raynaud, ya no tiene la palabra...

El señor RAYNAUD SOTO

—Termino, termino, señora Presidenta.

Años 2008, 2009, 2010 y 2011, cero euros de inversión en un plan como el Guadalquivir Turístico, tan real y tan próximo para haber contribuido a la provincia de Sevilla a mejorar los datos.

Muchas gracias, señora Presidenta, por su generosidad, y muchas gracias a usted, señor Consejero, por adelantado por su respuesta.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Raynaud.
Para contestar, tiene la palabra el señor Consejero.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Sí. Gracias, señora Presidenta.

Bueno, efectivamente, usted ha hecho referencia a los datos específicamente de agosto. Tengo que decirle que no es el mejor mes de referencia para analizar la fortaleza turística de la provincia de Sevilla o de la ciudad de Sevilla, y no es aconsejable, desde mi punto de vista, comparar los grados de ocupación de una

ciudad como Sevilla, o de un entorno como Sevilla, en el mes de agosto, con otros entornos como puede ser Valencia, como puede ser Palma de Mallorca o como puede ser la ciudad de Málaga.

Es cierto —yo le puedo decir los datos acumulados del verano, de julio a agosto— que Sevilla, la provincia de Sevilla, ha tenido, a nivel de pernoctaciones, un ligero retroceso, de un 2,7%, en cuanto..., 2,3%, en cuanto a pernoctaciones extranjeras, y de un 6,3% en cuanto a pernoctaciones nacionales, que es, efectivamente, un leve retroceso, un poco superior a la medida general de Andalucía y de España en cuanto al grado de pernoctaciones, que es normalmente el elemento que se utiliza con mayor criterio de homogeneización a la hora de valorar magnitudes turísticas. Esos datos son para Sevilla un poco menos positivos, o un poco más negativos, si quiere, que para el resto de Andalucía. Se sitúan en torno a una medida de un 3% o 3,5% de descenso, uniendo las dos magnitudes —las nacionales y las internacionales— desde la época estival.

Tengo que decirle que los datos que le he dado del puente, sin embargo, son muy buenos para Sevilla —para Sevilla como provincia, no solo para la Sevilla ciudad—, y ello nos pone también de manifiesto, pues que hay una potencialidad importante, y hay unos recursos turísticos muy importantes en Sevilla, para consolidar una oferta turística y para avanzar en un espacio turístico propio dentro de la marca Andalucía.

Desde la Consejería estamos trabajando, y queremos seguir trabajando más todavía, con el Patronato de Turismo y de Deportes de la provincia de Sevilla, con el cual estamos elaborando el plan de acción de 2013, y queremos trabajar también con el Ayuntamiento de Sevilla, con el cual tenemos en marcha, como usted sabe, el Plan Turístico de Sevilla...

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Señor Consejero, disculpe, tiene que ir concluyendo ya.

El señor RODRÍGUEZ BERMÚDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y COMERCIO

—Concluyo diciendo que es un plan turístico que funciona razonablemente bien, vamos a inaugurar la semana próxima una actuación emblemática dentro de este plan turístico de Sevilla, y, en ese ánimo de colaboración y de llegar a acuerdos, y de mancomunar esfuerzos y recursos, seguiremos trabajando, tanto con el Ayuntamiento, en el plano turístico en particular, como con el Patronato Provincial de Turismo en

los ámbitos de promoción y planificación turística en general, también.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Consejero.

Bueno, hacemos un receso de unos minutitos —ya se va haciendo la mañana larga—, despedimos al señor Consejero, y continuamos con la proposición no de ley que forma parte del orden del día.

[Receso.]

9-12/PNLC-000163. Proposición no de ley relativa al impulso del turismo cultural de interior de Andalucía a través del Camino de Santiago-Camino Mozárabe

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Bueno, pues seguimos con el orden del día de la Comisión de Turismo y Comercio, y a continuación —tercer punto del orden del día— las proposiciones no de ley en comisión. En este caso, relativa al impulso del turismo cultural de interior de Andalucía a través del Camino de Santiago-Camino Mozárabe. El proponente es el Grupo Parlamentario Popular Andaluz, y para defender esta iniciativa tiene la palabra su portavoz, la señora Alarcón Mañas.

Señora Alarcón, tiene usted la palabra.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchísimas gracias, Presidenta.

Y, bueno, la moción que nos ocupa lleva por título, como han podido oír, «impulso del turismo cultural de interior de Andalucía a través del Camino de Santiago-Camino Mozárabe». Vuelve a aparecer la palabra «interior». Y paso a leer literalmente la proposición no de ley para que después espero que se puedan pronunciar sobre ella los distintos grupos políticos, ya que, hasta el momento, no nos consta, no tenemos conocimiento por su parte de si ha sido aceptada o han planteado alguna enmienda al respecto.

La moción dice lo siguiente:

El movimiento de turistas nacionales e internacionales que mueve el turismo de peregrinación, en concreto el que nos brinda el turismo religioso y cultural relativo al Camino de Santiago, goza de excelente salud, está

teniendo un comportamiento positivo y, por lo tanto, nos ofrece la oportunidad de dar a conocer el interior de nuestra Comunidad a su paso por las diferentes provincias y municipios que se cruzan en la llamada «Ruta Mozárabe».

El camino a Santiago desde el sur está repleto de interesantísimos itinerarios que también llevan al peregrino hasta la tumba del Apóstol, y podemos afirmar que uno de los interesantes de los itinerarios más interesantes e importantes es, sin duda, el Camino Mozárabe, el recorrido por rutas históricas que partían de Jaén, Granada, Almería y Málaga y pasaban por Córdoba, concretamente por los municipios de Baena, Castro del Río, Córdoba, Espejo, Santa Cruz, Cerro Muriano, El Vacar, Villaharta, Alcaracejos, Villanueva del Duque, Fuente la Lancha, Hinojosa del Duque y por Sevilla. Estamos hablando de la salida natural hacia la Vía de la Plata.

El Camino de Santiago-Camino Mozárabe tiene que ser una de las referencias más importantes para los peregrinos de todo el mundo, y aprovechar al máximo ese incremento de facturación, en torno a un 20%, que está ahora mismo patente, por ese turismo internacional de este segmento de turistas frente a la caída del turismo nacional al que antes habíamos hecho referencia.

Pero esta es una realidad y una oportunidad por la que aún hay mucho que trabajar, y volver a unir los esfuerzos desde las diferentes administraciones —local, provincial, regional, junto con también la nacional—, yendo siempre de la mano, y, nunca mejor dicho, haciendo el camino juntos para aprovechar al máximo toda la potencialidad y beneficios sociales, culturales y económicos que pueda aportar el Camino Mozárabe.

Por lo tanto, lo que nosotros proponemos al Consejo de Gobierno son dos puntos que voy a detallar ahora mismo.

El primero es realizar o adoptar un plan de márketing y de comercialización dirigido al turismo de peregrinación, en concreto al turismo relacionado con el Camino de Santiago-Camino Mozárabe, y en la adaptación de ese plan a los nuevos tiempos, a las nuevas tecnologías y a las necesidades del mercado actual, y al perfil del nuevo peregrino, el peregrino del siglo XXI.

También queremos que se incluya en el presupuesto del 2013, y en las previsiones presupuestarias de toda la legislatura, partida económica para la inversión en infraestructuras, señalética, servicios y promoción del turismo religioso y cultural del interior de Andalucía, en colaboración con las entidades locales y las asociaciones de amigos del Camino de Santiago.

Este es el contenido de la moción, y, como he dicho al principio, vuelvo a repetir que hasta este momento no tenemos ninguna respuesta por parte del resto de grupos parlamentarios.

Muchas gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

A continuación, para posicionar a los distintos grupos políticos, tiene la palabra la portavoz del Grupo de Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía, la señora Pérez.

Tiene su señoría la palabra.

La señora PÉREZ RODRÍGUEZ

—Muchas gracias, Presidenta.

Bueno, de nuevo la PNL se refiere al turismo de interior, ¿no?

La Consejería de Turismo y de Comercio viene apostando firmemente por fortalecer la oferta de turismo de interior basada en la riqueza y variedad de los valiosos y abundantes recursos históricos, culturales y paisajísticos que posee Andalucía. Al menos así lo ha reiterado esta mañana el Consejero en su comparecencia sobre el mismo tema, respecto al Plan de Fomento del Turismo Interior.

El turismo de interior es un segmento de gran peso en la Comunidad andaluza, al atraer cada año a más de tres coma siete millones de visitantes que generan más de cinco millones de pernoctaciones, además de colaborar activamente en la reducción de la estacionalidad y estar vinculado a otros muchos productos como la gastronomía, la cultura o el turismo activo.

Uno de los medios para canalizar la creciente demanda de este tipo de turismo es el impulso de rutas basadas en los caminos tradicionales o itinerarios de grandes viajeros históricos. Con esta línea argumental se pretende dar a conocer poblaciones y otros lugares de interés, ofreciendo nuevas posibilidades de turismo..., perdón, nuevas posibilidades de desarrollo del turismo cultural, además de difundir y enseñarles el patrimonio e historia de nuestra Andalucía.

La meta primordial de esta política es convertir estos itinerarios, estos productos turísticos, en motores de desarrollo sostenible de la zona que atraviesan mediante el fomento de unas infraestructuras en el sector servicios referidas a hostelería, ocio o transporte que conlleve la creación de puestos de trabajo.

El Camino de Santiago ha significado en la historia europea uno de los primeros elementos vertebradores del viejo continente y se ha convertido en un verdadero referente cultural y turístico, además de religioso, a nivel nacional e internacional. Favorecer la iniciativa de promoción y comercialización de los diferentes itinerarios andaluces del Camino de Santiago es una oportunidad, y así lo reconoce el propio Gobierno andaluz con el apoyo a múltiples actuaciones, como la construcción del albergue de Villanueva de Algaidas, recientemente inaugurado en pleno Camino Mozárabe;

la exposición itinerante *Europa fue camino. La peregrinación a Santiago en la Edad Media*, actualmente en Huelva; o el proyecto Rutas Culturales de Andalucía, nueva aplicación para móviles que ofrece información sobre rutas culturales mediante realidad aumentada.

La Consejería de Turismo y Comercio ha centrado su esfuerzo en este tipo de actuaciones en dos grandes proyectos que cubren la práctica totalidad del territorio de Andalucía: primero, la ruta de la Vía de la Plata y, segundo, las rutas e itinerarios culturales del Legado Andaluz, ya que gran parte del trayecto por Andalucía del denominado «Camino Mozárabe del Camino de Santiago» en sus diferentes ramales coincide con los itinerarios de la Ruta de la Plata o de alguna de las rutas del Legado Andaluz.

El Grupo Parlamentario de Izquierda Unida sí va a aprobar el punto número 1 de la proposición no de ley relativa a realizar un plan de márketing y de comercialización dirigido al turismo de peregrinación y adaptarlo, por supuesto, a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías; pero el segundo punto no puede ser abordado ni aprobado puesto que en estos momentos no se conoce aún la disponibilidad presupuestaria. No se puede decir que no se apueste, por parte de Izquierda Unida, por este tipo de turismo, ya que, en los párrafos anteriores, como bien he dicho, se recogen actividades e ideas suficientes para justificar el apoyo de la Junta a este tipo de turismo.

Cogiendo hemeroteca y buscando noticias respecto al apoyo que la Junta viene haciendo al Camino Mozárabe de Santiago en Andalucía, ya el 10 de octubre..., perdón, más reciente, el 10 de octubre de 2012, el Camino Mozárabe de Santiago, pues se reforzó con una nueva oferta turística de naturaleza a su paso por la provincia de Málaga donde nuestro Consejero inauguró el nuevo albergue, como he comentado anteriormente. Se destaca que el Camino de Santiago es mucho más que una ruta, que se ha convertido en un verdadero referente no solo religioso, sino también cultural y turístico, tanto en España como en el conjunto de Europa, por la red de caminos que lo integran, y a este mismo aspecto se refirió el Consejero, destacando como una gran oportunidad el recorrido del Camino Mozárabe por el interior de la provincia malagueña, porque supone el acceso a una consolidada tipología de turismo que genera importantes ingresos y puede suponer el relanzamiento económico de muchos municipios de la zona.

Por ello, la Junta de Andalucía, como bien estáis viendo, está apoyando el Camino Mozárabe de Santiago a su paso por Andalucía. Existen numerosos senderos, habilitados por toda nuestra Comunidad, y los aficionados al senderismo, pues pueden perfectamente estar en contacto con estas rutas.

La Junta de Andalucía también apoyará la segunda asamblea de la Federación Andaluza de Amigos del Caminos de Santiago, con el objetivo principal del pro-

yecto, que es la generación de un modelo innovador de planificación y gestión del camino, como itinerario cultural europeo, pues conforme a las necesidades y motivaciones del peregrino para el siglo XXI.

En Granada, el día de 25 de este mes, de octubre, por parte del Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino se ha organizado una ruta, obviamente por el Camino Mozárabe de Santiago, dirigida, pues a lo que venimos hablando, a fortalecer nuestro turismo rural de interior y a impulsar, pues nuestra gastronomía por todo el sendero.

Y ahora sí, como he dicho al principio, mirando la hemeroteca, el día 26 de agosto de 2010 el Consejero de Medio Ambiente en su momento, el señor Díaz Trillo, ya por parte de su Consejería, hizo una inversión en la Sierra Norte de Sevilla, pues para facilitar el tránsito de los peregrinos que realizan el Camino de Santiago a su paso por el Parque Natural de la Sierra Norte de Sevilla, con una inversión de casi quince mil euros, en un proyecto de recuperación de las vías pecuarias que conforman el Camino de Santiago en la provincia de Sevilla.

Por tanto, la apuesta por parte de la Junta de Andalucía, no solo de la Consejería de Turismo y Comercio, sino por el resto de consejerías, está latente en estos momentos.

Por tanto, sí apoyaríamos el punto número 1, pero no el punto número 2 de la PNL, entendiendo que el presupuesto todavía está pendiente de conclusión.

Gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Pérez.

A continuación, para posicionar al Partido Socialista, tiene la palabra su portavoz, el señor Recio.

El señor RECIO MENÉNDEZ

—Gracias, señora Presidenta. Señorías.

El Camino de Santiago es una ruta de larga tradición entre los andaluces y las andaluzas, siendo un referente de la cristiandad desde la Edad Media y continuando hasta nuestros días.

Desde el siglo IX, en que se empieza a tener conocimiento de la tumba del apóstol Santiago, se empiezan a dar peregrinaciones desde toda Europa hacia esta ciudad, y los peregrinos andaluces, en concreto, hacían este recorrido a través de esta ruta, que recibe el nombre de «Camino Mozárabe» fundamentalmente porque a lo largo de su recorrido vivían cristianos que vivían en territorio musulmán.

El Camino Mozárabe discurre a través de 380 kilómetros que atraviesan bellísimos paisajes de

las provincias de Almería, Granada, Málaga, Jaén y Córdoba. La historia también nos cuenta que no solo fueron motivos religiosos, sino incluso que hubo motivos bélicos, pues uno de los caudillos que tuvimos aquí, en Andalucía, el conocido como el temible caudillo Almanzor, lo utilizó para conquistar la ciudad de Santiago de Compostela en el año 997. Incluso se trajo como botín para Andalucía lo que eran las campanas de la Catedral de Santiago. En concreto se las trajo a Córdoba, donde estuvieron más de doscientos años, y de ahí que, en ocasiones, conozcamos o se diga que las campanas de la Catedral de Santiago son musulmanas, no siendo esto cierto, sino debido al hecho que acabo de mencionar.

Pero, desde el punto de vista de lo que nos trae aquí la proposición no de ley, desde el punto de vista de la definición del producto turístico, no solo las variables históricas, culturales y paisajísticas están definidas y funcionando desde hace siglos, sino que hay otros elementos de carácter económico, más en concreto desde el punto de vista del desarrollo local, que creo que son dignos de mención.

En la actualidad existe un proyecto de cooperación interterritorial, denominado «Camino Mozárabe de Santiago», que está financiado por el Ministerio, y cuyo objetivo es la generación de un modelo innovador de planificación para la gestión del Camino Mozárabe de Santiago como itinerario cultural europeo. Además, tratan de conseguir una red de cooperación entre los grupos de desarrollo local, tanto de Extremadura como de Andalucía, por los que discurre este camino, generando nuevas oportunidades a las zonas rurales y permitiendo la diversificación de la actividad económica que en ellos se realiza.

Para conseguirlo, se están llevando a cabo señalizaciones de las rutas y caminos, acciones de sensibilización entre la población local, desarrollo de herramientas tecnológicas que están asociadas a la web 2.0 y a la tecnología GPS y acciones de difusión y de promoción de los recursos del camino.

Los grupos de acción local participantes en este momento son el Centro de Desarrollo Rural La Serena, la Asociación para la Promoción Económica y el Desarrollo Rural de La Alpujarra y la Sierra Nevada de Almería, la Asociación para la Promoción Económica de la Vega-Sierra Elvira, la Asociación para el Desarrollo Sostenible del Poniente Granadino, la Asociación para el Desarrollo de la Sierra Sur de Jaén, la Asociación para el Desarrollo de Guadajoz y Campiña Este de Córdoba, la Asociación para el Desarrollo Rural de la Comarca Nororiental de Málaga, el Grupo de Acción y Desarrollo Local de la Comarca de Antequera, el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce, la asociación Grupo de Desarrollo Rural de la Subbética Cordobesa, la Asociación para el Desarrollo de la Sierra Morena Cordobesa, el Grupo de Desarrollo Rural de Los Pedroches, la Asociación para el Desarrollo de

las Vegas Altas del Guadiana y la Asociación para el Desarrollo de la Comarca de Lácara.

Además, están también implicados, como entidades colaboradoras, la Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Granada, la Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Córdoba, la Asociación Jacobea de Málaga y la Asociación Sociocultural Jiennense Peregrinos en Camino Jaén-Jacobea.

Por lo tanto, señorías, el producto turístico está definido en sus aspectos esenciales, y con la implicación de los principales agentes de desarrollo en el territorio; pero es sabido que, para poner en valor un recurso turístico como del que estamos hablando, la definición de un producto en sus aspectos básicos no es suficiente: hace falta que las variables que componen el *marketing mix* sean también cuidadosamente diseñadas, ejecutadas y controladas.

Las estrategias de comercialización conjunta por parte de actores y de territorios tan diversos nunca han sido sencillas. Cuestiones que deben disciplinar la oferta para que el producto tenga una cierta homogeneización en cuanto a la calidad percibida por los clientes hacen necesario que se profundice más en su definición. Asimismo, la fijación de precios, las estrategias y los diversos canales de distribución a utilizar y las diversas acciones de comunicación, como la publicidad, las relaciones públicas, los agentes turísticos y de ventas o el *márquetin* directo, deben ser diseñados y coordinados en su ejecución para obtener el máximo rendimiento posible de este recurso.

Además, nos consta, como ha dicho la portavoz de Izquierda Unida, el apoyo que está llevando el Gobierno andaluz a este tipo de iniciativas. No hace muchos días veíamos cómo el Consejero de Turismo inauguraba en Villanueva de Algaidas un nuevo albergue para peregrinos dentro del Camino Mozárabe de Santiago, con capacidad para unas veinte personas aproximadamente, que se sumará a la red de alojamientos, de establecimientos jacobeos, reforzando el turismo que tenemos de interior y el turismo de naturaleza. El 2013, como hemos visto esta mañana en esta Comisión, va a ser un año muy importante para el impulso del turismo de interior a través de la puesta en marcha de un plan de fomento de este turismo de interior.

Es por ello por lo que el Grupo Socialista está de acuerdo con la proposición no de ley presentada por el Grupo Popular Andaluz para realizar un plan de *márquetin* y de comercialización dirigido al turismo relacionado con el Camino Mozárabe de Santiago. Creemos, además, que la adaptación a las necesidades del turista actual debe hacerse en todos los aspectos del *marketing mix*, y en este sentido las nuevas tecnologías deben jugar un papel fundamental.

Sin embargo, el segundo punto nos parece inadecuado en este momento, no solo por las mismas razones de carácter presupuestario que ha argumentado el Grupo Izquierda Unida, sino, además, porque existen

otros proyectos que están en marcha, que van dedicados a la inversión en infraestructuras, en señalización y en promoción, con lo que, necesariamente, el plan de *márquetin* que se aborde tendrá que coordinarse para ser..., para poder optimizar el dinero público que maneja la Consejería de Turismo, máxime en estos difíciles tiempos desde el punto de vista presupuestario. Y, por otra parte, también hay otra razón más, y es por la necesaria implicación de los múltiples agentes económicos y sociales que he leído en mi intervención, y que requiere que todos ellos, lógicamente, no solo den el visto bueno, sino normalmente van a tener que cofinanciar en alguna medida todas esas actividades que se desarrollen.

Por lo tanto, desde el punto de vista de la prudencia, y hasta que no esté diseñado el plan de *márquetin*, no parece que sea adecuado en este momento el establecer un compromiso presupuestario, que no sabemos a cuánto va a alcanzar, en qué acciones y cómo se va a coordinar con el resto de fondos, tanto propios como del Ministerio, que hay puestos en este Camino Mozárabe.

Por lo tanto, y como resumen, el Grupo Socialista apoya el primer punto de esta proposición no de ley, pero no el segundo.

Gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señor Recio.

A continuación, para concluir esta iniciativa, tiene la palabra su proponente, la señora Alarcón Mañas, del Partido Popular Andaluz.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Muchas gracias, Presidenta.

Miren, señorías, llevamos toda la mañana hablando de turismo de interior, y creo que tenemos en nuestra mano la oportunidad de demostrar que este es un camino seguro, como hemos dicho anteriormente, hacia la construcción del futuro turístico de Andalucía. Sin embargo, también creo que ha llegado el momento de ser más críticos, no quedarnos satisfechos con lo que se ha hecho hasta ahora, para que el turismo de peregrinación se consolide en Andalucía, porque, seamos sinceros, no se ha hecho nada, y todo lo que hay, todo lo que hay —que, afortunadamente, hay mucho, pero todavía queda mucho más por hacer—, no lo ha hecho el Gobierno de la Junta de Andalucía. Es más, lo que hay se lo debemos, como aquí se ha demostrado, a la historia, a las asociaciones de amigos del Camino de Santiago, que llevan veinte años enriqueciendo rutas y caminos; a los propios peregrinos que hacen el Camino;

al Ministerio de Fomento del Gobierno de España, que sí ha apostado por el turismo de interior de Andalucía, y en concreto por el turismo de peregrinación del Camino de Santiago-Camino Mozárabe, y ha señalado los caminos que están dentro de su competencia. Y, por supuesto, a los ayuntamientos y a los grupos de desarrollo rural, que también están apostando, algunos de ellos desde hace ya mucho tiempo, por el turismo de peregrinación, y otros ahora, de manera espontánea, porque están siendo testigos del goteo constante que hay de peregrinos internacionales y nacionales que pasan por su puerta.

El señor Recio lo ha detallado perfectamente: ha aportado ahí una amplia lista de asociaciones y colaboradores del Camino. Ha hablado de ruta histórica, de ruta consolidada.

Si es que los únicos que no se han enterado de esta importante peregrinación de turistas por Andalucía es la propia Junta de Andalucía. Sorprendentemente, pero cierto. Nunca han apostado por el Camino de Santiago-Camino Mozárabe, ese camino que atraviesa Andalucía prácticamente entera y no han hecho nada. Insisto: es la Junta de Andalucía la que no ha hecho absolutamente nada.

Y, además, si está perfectamente definida, si es histórica, si cuenta con tantas asociaciones y colaboradores, entonces, ¿a qué está esperando la Junta de Andalucía para de verdad invertir recursos en esta ruta tan importante? ¿A qué está esperando? ¿A que el Grupo del Partido Popular presente esta iniciativa para que, curiosamente, tiene entrada de registro el día 8 de octubre y el día 11 de octubre es cuando va el Consejero a inaugurar, por primera vez en su vida en la Junta de Andalucía, un albergue de peregrinación, justo en el municipio, como aquí se ha mencionado, de Villanueva de Algaidas? ¿A eso está esperando? a que presente el Partido Popular iniciativa el día 8 para ir el día 11? Pues, si para eso ha servido, por lo menos para visitar el albergue municipal, bienvenida sea la propuesta y como se han pronunciado a lo largo de esta mañana.

Y usando, además, los mismos vocablos que el señor Consejero ha utilizado anteriormente cuando se ha referido al Gobierno de la Nación, esto que ha hecho la Junta de Andalucía, es decir, nada, es inaceptable e intolerable. Comprenderá que, si las asociaciones llevan más de veinte años apostando por el Camino de Santiago mozárabe, la Junta de Andalucía, en treinta años, podría haber hecho algo más, como han hecho otras comunidades. Y además, pongo por ejemplo una donde ha gobernado el Partido Socialista mucho tiempo, la de Extremadura, que sí ha hecho mucho por el turismo de peregrinación y por el Camino de Santiago. O la Comunidad de Madrid, que también lo ha hecho. Por descontado, sin incluir a Galicia, cuyo hito turístico es precisamente el Camino de Santiago. Pero ¿por qué se han perdido treinta años para fomentar este gran

atractivo cultural y turístico de Andalucía, que está tan consolidado y que aquí se ha mencionado y se ha reconocido? ¿Me va a decir usted que no lo sabe, que no responde al turismo del Camino Mozárabe, que no se ocupan..., o que se han ocupado en décadas, como ha dicho antes la señora Aguilera? O, si estuviese aquí el señor Consejero, seguramente haría mención una vez más que él ha llegado el día 8 y que no sabe nada de lo que anteriormente ha pasado. Pues no. Es que hay que apostar por este turismo, porque este turismo es un goteo constante, rompe la estacionalidad e, insisto, es un goteo de 365 días al año, del interior, del turismo de interior de Andalucía, y que atraviesa Andalucía de cabo a rabo.

Por lo tanto, estamos defendiendo aquí, lo que estamos defendiendo, es, precisamente, que se invierta, pero que se invierta en la medida de lo que se pueda, porque no se ha hecho nada, y porque se está tirando por la borda —que es lo más importante— ese coste de oportunidad que otras comunidades sí están aprovechando.

En esta falta de apoyo al turismo de peregrinación, y en concreto al Camino de Santiago-Camino Mozárabe, ni el techo de endeudamiento de Andalucía, ni pasado ni futuro, ni el señor Montoro, ni el Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, tienen que ver nada en absoluto para que la Junta de Andalucía hasta el momento haya demostrado apoyo cero, total y absoluto abandono al Camino Mozárabe, al Camino de Santiago-Camino Mozárabe. Ni a las rutas y los itinerarios históricos, ni a la promoción, ni a la comercialización, ni la inversión para incentivar este importante segmento turístico.

Y sí que tiene mucho que ver que todavía ese no del todo aprovechado coste de oportunidad, y, sobre todo, los resultados positivos que pueda aportar para Andalucía el Camino de Santiago-Camino Mozárabe, tiene mucho que ver que hasta el año 2010 no haya sido la primera vez, la primera actuación de promoción que se ha hecho por parte de la Junta de Andalucía para el turismo religioso y de peregrinación, que es que fue el bautizo de la Junta de Andalucía en la Feria Internacional de Turismo Religioso de Roma del 2010 cuando se pronunció, en concreto para promocionar, por primera vez en treinta años, el turismo de peregrinación. Es decir, después de treinta años, hasta que no se ha ido a esa feria en concreto, no se ha promocionado la ruta del Camino de Santiago-Camino Mozárabe, y le garantizo que ni la subida del IVA ni el real decreto ni Cristóbal Montoro tenían nada que ver en este derroche de pérdida de oportunidades para Andalucía.

El turismo de peregrinación, además, no necesita inversiones millonarias. Si es que no estamos hablando aquí de inversiones millonarias para obtener de él mayores beneficios, porque ya existe. Lo han dicho. Estamos hablando de señalización; estamos hablando de pasarelas o puentes para atravesar arroyos, cauces y ríos, como el del río Guadalbarbo, el del Cútar; recu-

perar puentes romanos que ahora están abandonados, como los de Espejo y Castro del Río, el puente romano de La Pontanilla, el de Arroyo Fontalba, el de Arroyo Trinidades, por ejemplo. Se trata de establecer una red de albergues o lugares de acogida a peregrinos, por los que están apostando, como saben ustedes muy bien, ayuntamientos. Hemos mencionado el anterior, que se inauguró el día 11, y también el de Castro del Río, que ha inaugurado recientemente un albergue municipal. Se trata solo de ponérselo más fácil al peregrino, para que pueda, además, tener un lugar de descanso en puntos negros como, por ejemplo, el de Alcaracejos, que tiene 36 kilómetros de distancia entre Villa Harta y Alcaracejos y no hay ni un solo refugio, ni un solo sitio para albergar algún peregrino que hace ese camino, y de corregir esos puntos débiles del actual camino, para que sea el camino del sur, el camino de Andalucía, el camino mozárabe, el que elija la mayoría de peregrinos que hacen el camino, y para profundizar aún más en el Camino Mozárabe.

Y, así, esto es lo que tratábamos de proponer con esta moción, para que la ruta, la forma de hacer la ruta del peregrino, que, según dicen los expertos, está basada en tres modelos de hacer la ruta, una a pie, otra en bici o a caballo, sea lo más asequible posible a través de nuestro territorio.

Y con ese propósito hemos traído aquí esta propuesta. Y, además, sabemos que lo están haciendo por su propia cuenta y de forma altruista personas ajenas a las instituciones, y a la Administración y a la Junta de Andalucía. Por poner un ejemplo muy concreto, hay un militar retirado en Cerro Muriano, en Córdoba, que ha puesto a disposición su propia casa, y ha acogido desde el verano hasta ahora ni más ni menos que a 87 peregrinos en su casa, gratis, de forma totalmente altruista, de todas las nacionalidades. ¿Esto no es suficientemente interesante y tiene una potencialidad tremenda como para que la Junta de Andalucía invierta lo que se pueda y destine fondos para comercializar, pero también para poder hacer un camino más accesible al peregrino y ampliar los servicios? Pues nosotros creemos que sí.

Por eso, nosotros aceptamos la propuesta que han tratado aquí, tanto la portavoz del Grupo de Izquierda Unida como del Grupo del PSOE, de aprobar el primer punto. Nos gustaría mucho que se pronunciara, en la medida de lo posible, en este momento, con un compromiso cierto, de declaración de intenciones, que, cuando el Presupuesto de la Junta de Andalucía esté terminado, pues que se cree una partida específica para el turismo de peregrinación del Camino de Santiago-Camino Mozárabe. No obstante, si no existe ese compromiso cierto en este momento, esa declaración de buenas intenciones, para que cuando el presupuesto esté confeccionado se dote presupuestariamente para esta propuesta no de ley que hemos traído hoy aquí, haremos, pediremos el voto por separado de los dos puntos para aceptar el primero de ellos.

Gracias.

La señora ISAC GARCÍA, VICEPRESIDENTA DE LA COMISIÓN

—Muchas gracias, señora Alarcón.

Oídos todos los portavoces, procedemos a la votación.

Como han manifestado todos y cada uno de ellos, se procederá, en primer lugar, a la votación del primer punto de la parte propositiva.

Se inicia la votación.

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

A continuación votaremos el segundo punto de la parte propositiva.

Se inicia la votación.

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

Muchísimas gracias y tengan ustedes buen viaje si vuelven a casa.



SERVICIO DE PUBLICACIONES OFICIALES

INFORMACIÓN Y PEDIDOS

Edición, diseño y composición:

Servicio de Publicaciones Oficiales

Información:

Servicio de Publicaciones Oficiales

Pedidos:

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

Teléfono:

(34) 954 59 21 00

Dirección web:

<http://www.parlamentodeandalucia.es>

Correo electrónico:

publicacionesoficiales@parlamentodeandalucia.es
diariodesesiones@parlamentodeandalucia.es
boletinoficial@parlamentodeandalucia.es



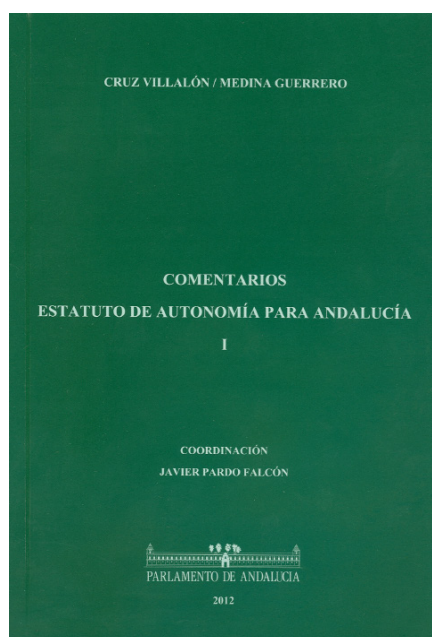
PRECIOS

CD-ROM O DVD

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

© Parlamento de Andalucía

OTRAS PUBLICACIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA



COMENTARIOS AL ESTATUTO DE AUTONOMÍA PARA ANDALUCÍA

Obra colectiva que, en sus cuatro volúmenes, recoge las aportaciones científicas, en el ámbito jurídico, de catedráticos y profesores de Derecho, mayoritariamente de universidades andaluzas, acerca del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

Dirigida por Pedro Cruz Villalón y Manuel Medina Guerrero. Coordinada por Javier Pardo Falcón.

Datos de la edición

Edición de la obra completa (incluye CD): Sevilla, abril de 2012.

Encuadernación: Tapa dura entelada con sobrecubierta.

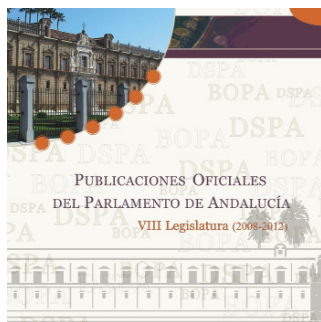
Tamaño: 170 x 240 mm | Páginas: 3.570.

ISBN: 978-84-92911-06-6.

PVP (con IVA): 80 €.

Edita: Centro de Publicaciones no Oficiales. Parlamento de Andalucía.

COLECCIONES EN CD-ROM Y DVD



PUBLICACIONES OFICIALES

- Reúne la colección de Boletines Oficiales y Diarios de Sesiones publicados en cada legislatura y reproducidos en formato PDF.
- Completa información sobre la composición de los diferentes órganos parlamentarios de cada legislatura.
- Enlaces a la videoteca del Parlamento para consultar cualquiera de los ficheros audiovisuales de todas las sesiones celebradas en la VIII legislatura.

COLECCIÓN LEGISLATIVA

- Recopilación anual actualizada de las leyes aprobadas por el Parlamento de Andalucía del proceso autonómico.
- Descripción de la sede del Parlamento de Andalucía, incluyendo una breve historia del Hospital de las Cinco Llagas.
- Relación de los órganos parlamentarios y sus miembros en cada una de las legislaturas transcurridas.



Edita: Servicio de Publicaciones Oficiales. Parlamento de Andalucía.