

# DIARIO DE SESIONES D S P A

## DIARIO DE SESIONES



## PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

### COMISIONES

Núm. 450

X LEGISLATURA

9 de noviembre de 2017

**Presidencia: Ilmo. Sr. D. Luis Pizarro Medina**

Sesión celebrada el jueves, 9 de noviembre de 2017

### ORDEN DEL DÍA

#### COMPARENCIAS

10-17/APC-001227. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la política de la Junta de Andalucía con respecto a la puesta en marcha de campos de golf en Andalucía, presentada por el G.P. Popular Andaluz.

10-17/APC-001409. Comparecencia del Excmo. Sr. Consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la campaña andaluza de turismo cultural, presentada por los Ilmos. Sres. D. Mario Jesús Jiménez Díaz, D. José Muñoz Sánchez, Dña. María Luisa Bustinduy Barrero, Dña. Adela Segura Martínez, Dña. María Nieves Ramírez Moreno y Dña. Carmen Dolores Velasco González, del G.P. Socialista.

10-17/APC-001271. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la situación económica y laboral de Cetursa Sierra Nevada, S.A, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

## PREGUNTAS ORALES

10-16/POC-001649. Pregunta oral relativa a la alianza económica Sevilla-Málaga-Granada-Córdoba, formulada por el Ilmo. Sr. D. Jaime Raynaud Soto, del G.P. Popular Andaluz.

10-17/POC-001886. Pregunta oral relativa al campo de fútbol de la calle Marbella de Córdoba, formulada por la Ilma. Sra. Dña. María del Rosario Alarcón Mañas, del G.P. Popular Andaluz.

10-17/POC-001888. Pregunta oral relativa al cine como motor del turismo en Almería, formulada por el Ilmo. Sr. D. José Antonio Funes Arjona, del G.P. Ciudadanos.

10-17/POC-001901. Pregunta oral relativa a las reuniones con los agentes de concertación turística, formulada por las Ilmas. Sras. Dña. María Luisa Bustinduy Barrero y Dña. Carmen Dolores Velasco González, del G.P. Socialista.

## PROPOSICIONES NO DE LEY

10-17/PNLC-000284. Proposición no de ley relativa a las propuestas para mejorar la distribución de la carga turística, presentada por el G.P. Ciudadanos.

## SUMARIO

Se abre la sesión a las diez horas, cinco minutos del día nueve de noviembre de dos mil diecisiete.

### COMPARECENCIAS

10-17/APC-001227. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la política de la Junta de Andalucía con respecto a la puesta en marcha de campos de golf en Andalucía (pág. 5).

Intervienen:

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

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

10-17/APC-001409. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la campaña andaluza de turismo cultural (pág. 13).

Intervienen:

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

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

10-17/APC-001271. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la situación económica y laboral de Cetursa Sierra Nevada, S.A, presentada por el G.P. Izquierda Unida Los Verdes-Convocatoria por Andalucía.

Decaída

### PREGUNTAS ORALES

10-16/POC-001649. Pregunta oral relativa a la alianza económica Sevilla-Málaga-Granada-Córdoba (pág.18).

Interviene:

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

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

## DIARIO DE SESIONES DEL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA

Núm. 450

X LEGISLATURA

9 de noviembre de 2017

10-17/POC-001886. Pregunta oral relativa al campo de fútbol de la calle Marbella de Córdoba (pág. 21).

Intervienen:

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

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

10-17/POC-001888. Pregunta oral relativa al cine como motor del turismo en Almería (pág. 23).

Intervienen:

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

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

10-17/POC-001901. Pregunta oral relativa a las reuniones con los agentes de concertación turística (pág. 26).

Intervienen:

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

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

### PROPOSICIONES NO DE LEY

10-17/PNLC-000284. Proposición no de ley relativa a las propuestas para mejorar la distribución de la carga turística (pág. 28).

Intervienen:

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

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

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

*Votación: aprobada por unanimidad.*

Se levanta la sesión a las once horas, cincuenta minutos del día nueve de noviembre de dos mil diecisiete.

## 10-17/APC-001227. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la política de la Junta de Andalucía con respecto a la puesta en marcha de campos de golf en Andalucía

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías, vamos a comenzar el orden del día. El primer punto del orden del día son las comparecencias del señor consejero.

La primera comparecencia es del Grupo Popular, a fin de informar sobre la política de la Junta de Andalucía con respecto a la puesta en marcha de campos de golf en Andalucía.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Buenos días, señorías.

Como saben, Andalucía es uno de los principales destinos en turismo de golf de la Europa continental.

Según nuestro informe, *Turismo de golf en Andalucía en 2016*, nuestra comunidad es líder nacional en instalaciones, contando con 102 campos operativos, el 20% de los existentes, seguida por la comunidad de Madrid, que tiene el 10%.

Por contra, Andalucía cuenta con la mitad de las licencias federativas que esta otra comunidad: 81.836 licencias en Madrid, por 43.653 en Andalucía. Lo que nos lleva a concluir que nuestra oferta de golf tiene una clara vocación turística.

En cuanto a la demanda, recibimos, en 2016, un 10% más de turistas de golf que el año anterior, alcanzando los 530.000 turistas, movidos principalmente por este segmento. Y el viajero de este segmento aportó en la región una elevada estancia media —11 días—, y un gasto medio diario que alcanzó los 118 euros, casi el doble de lo aportado por el turista en general. Además, es destacable que estos viajeros valoran nuestro destino de golf con un 9,2 sobre 10 —una de las notas más altas, y que no ha dejado de crecer en la última década—.

Por último, confirmando la extraordinaria buena salud que atraviesa este segmento en Andalucía, voy a añadir que nuestra región ha sido reconocida como destino europeo de golf del año por la Asociación Internacional más importante de operadores de golf de todo el mundo —la IAGTO—, en el marco de la Feria Internacional of Travel Market; reconocimiento que nos conceden —y cito textualmente— «por ofrecer las mejores experiencias a sus clientes en función de criterios relacionados con la satisfacción del cliente, calidad de los campos y del alojamiento; relación calidad-precio, conducta profesional de los proveedores, apoyo a la industria de turismo local, y disponibilidad de salidas al campo».

Señorías, como he mencionado al principio, Andalucía es un destino líder en turismo de golf; contamos con muy buenos resultados y este segmento es estratégico para nuestra comunidad, tanto por su elevado gasto en el destino como su valor antiestacional, por lo que apostamos decididamente por él desde tres ám-

bitos distintos: el primero, la promoción; el segundo, el patrocinio de los grandes eventos, y, el tercero, el fomento de la práctica deportiva.

En cuanto a la estrategia promocional, nuestro programa de turismo de golf se enmarca en las líneas globales del Plan de Acción 2017 de la Consejería, y está compuesto por 26 acciones promocionales distintas diseñadas, de forma específica, para la difusión del segmento y la consolidación de Andalucía como destino de golf.

Este programa distingue tres niveles de mercado: por un lado, los principales emisores turísticos, los que mantenemos una promoción activa e innovadora para fidelizar a este viajero, como es el caso de España, Reino Unido, Alemania y los países nórdicos. Por otro, los emisores europeos que cuentan con mayor número de jugadores federados, como son Irlanda, Francia, Holanda, Bélgica, Austria y Suiza. Y, por último, Estados Unidos, que representa una importancia singular en este deporte, y algunos países de Europa del Este calificados como emergentes, lo que una acertada promoción puede garantizar un posicionamiento de la marca Andalucía para el futuro.

Con respecto a la tipología de acciones, la estrategia promocional programada por la consejería se centra en el público final en este segmento, el cual nos acercamos con presencia positiva en las ferias más relevantes del sector, y con visibilidad y promoción específica en los circuitos amateurs nacionales, como Ladies Golf o Top Jet Summer Golf; e internacionales como The Amateur Golf World Cup y el Circuito Abreu de Portugal.

De igual forma, dentro de las acciones desarrolladas, también destacan las que buscan impulsar la comercialización del producto de golf andaluz, de carácter profesional y orientadas a propiciar oportunidades de negocio entre las empresas del sector y los operadores especializados, así como la celebración, en Andalucía, de un Foro Internacional de Turismo de Golf, que ha congregado en nuestra región a más de cincuenta operadores procedentes de una veintena de países y que ha tenido lugar, de forma paralela, al Torneo Andalucía Valderrama Masters, permitiendo poner en contacto directo a estos especialistas con unas cincuenta empresas e instituciones representativas de la oferta andaluza. En este mismo marco de actuación, nuestro destino también estará presente en la principal feria del segmento, la International Golf Travel Market, que tendrá lugar en Cannes, en diciembre, y en la que estaremos acompañados por unas cuarenta y cinco empresas y organismos del sector. Como lo han estado en las numerosas actuaciones desarrolladas en el año, en las que mantenemos una promoción personalizada hacia dos nichos concretos de mercado: por un lado, los jugadores profesionales, debido a su capacidad de influencia como prescriptores del destino. Y en esta línea destaca la colaboración iniciada con la PGA de Suecia.

Y, por otra, al de jugadores jóvenes y familias, como la realización, en Andalucía, del Torneo European Father and Son, que reúne a parejas de padres e hijos procedentes de varios países, y con una gran repercusión mediática.

Este año se ha celebrado precisamente el décimo aniversario de esta competición, que Andalucía ha acogido desde su origen y que ha ido rotando por los diferentes destinos de la región, como El Rompido, en Huelva; Vera, en Almería; o Rota y Sotogrande, en Cádiz.

En segundo lugar, y dentro de las acciones que la consejería realiza a favor de este segmento, cabe incidir en la presencia del destino en grandes eventos deportivos, que se han demostrado como una de las estrategias más eficaces para posicionar la marca y promocionar la oferta tanto a nivel nacional como internacional.

La celebración de acuerdos y patrocinios de carácter deportivo, buscando el retorno económico y mediático de los mismos, es otra de las actuaciones destacadas que contemplamos en nuestros planes de acción. Así, la imagen de la comunidad ha estado presente, durante 2016 y 2017, en cuatro grandes torneos del circuito europeo: el Andalucía Match Play 2017, dentro del circuito Challenge Tour, el Open de España de Golf 2016, las decisiones..., perdón, las ediciones de los años 2016 y 2017 del Andalucía Costa del Sol Open de España Femenino, y sobre todo en el Andalucía Valderrama Masters 2017.

Por recordar esta significativa presencia, mencionaré que el Andalucía Match Play 2017, celebrado en mayo y disputado en la Cala Golf Resort de Mijas, contó con la participación de 156 jugadores profesionales de 26 países diferentes.

Por su parte, el Open de España de Golf, que es una de las pruebas con mayor arraigo en Europa, y que desde 1972 también una de las citas imprescindibles del calendario europeo, ha tenido a Andalucía como sede en ocho ocasiones. La más reciente de ellas, como recordarán, en abril de 2016, en el Real Club Valderrama, que contó con la asistencia de unos siete mil espectadores y una audiencia potencial de más de cuatrocientos millones de hogares en todo el mundo.

En cuanto a Andalucía Costa del Sol Open de España Femenino de 2016 y 17, conviene recordar que pertenece al Ladies European Tour, que es el principal organismo de golf femenino del mundo, tras la liga estadounidense en la LPGA, y que este circuito incluye 23 torneos jugados en los cinco continentes.

Andalucía ha acogido este torneo en varias ocasiones, siendo la más reciente en 2016, en el Club de Golf Aloha de Marbella, y el pasado septiembre en el Real Club de Golf de Guadalmina, en Málaga, ocasión que reunió a miles de aficionados, convirtiendo a Andalucía en el epicentro de golf femenino mundial, con su retransmisión televisiva a 148 países.

En cuanto al reciente Andalucía Valderrama Masters, mencionaré que ha sido, sin duda, el torneo estrella en Andalucía en este año, y uno de los hitos más importantes del panorama español en este segmento turístico y deportivo. Enmarcado dentro del circuito europeo de la PGA, esta competición ha contado con la participación de numerosos grandes del golf internacional, y la asistencia de 41.000 espectadores, con proyección televisiva a más de cuatrocientos millones de hogares, incluyendo nuestros principales emisores como Reino Unido, Francia o Estados Unidos, entre otros. Un certamen que ha sido todo un éxito y que ha vuelto a poner de relieve la profesionalidad y capacidad de Andalucía para organizar grandes eventos y la elevada calidad de los mismos.

Señorías, en todos estos torneos, la imagen de Andalucía ha estado muy presente, situando el destino como uno de los más completos en cuanto a pluralidad y diversidad de su oferta turística y deportiva.

Y finalizando mi exposición, añadiré que, en tercer lugar, además de promocionar y fomentar la celebración de eventos deportivos vinculados al golf, la Consejería de Turismo y Deporte impulsa la práctica de este deporte, gestionando tres instalaciones propias: la escuela pública de golf del Tollo, en Almería, las instalaciones deportivas de La Cartuja en Sevilla, y las de parque deportivo de La Garza, en Linares.

La escuela pública de golf El Tollo, y teniendo en cuenta que solo lleva once meses abierta, ya suma 650 abonados, y, además de la práctica, este centro oferta 20 cursos de golf, que cubren las necesidades de los ciudadanos que quieren iniciarse en esta actividad, o perfeccionar su juego.

En lo que respecta a las instalaciones deportivas de La Cartuja, este año mantiene un nivel de abonados que superan los dos mil cien, y su oferta trimestral abarca 128 cursos, además de numerosos encuentros,

como ligas y torneos, y un proyecto novedoso de golf en las escuelas promovido por la Real Federación Española, y que lidera nuestra comunidad.

En cuanto al parque deportivo de La Garza, en Linares, cuenta con unos trescientos abonados y un flujo estable de usuarios que ronda los quinientos. Y, al igual que en los casos anteriores, su programación formativa suele ser muy bien acogida, contando con más de ciento treinta alumnos en sus cursos; entre ellos, unos cincuenta niños con discapacidad que reciben una formación específicamente diseñada para ellos.

Dentro de las actividades propias se realizaron, entre 2016 y 2017, 38 torneos con más de dos mil ciento ochenta y seis participantes, que se unen a los bautismos de golf para escolares, cuya irradiación en la zona de influencia es superior a los novecientos niños por año.

Señorías, como pueden apreciar, se trata de una política diseñada para promocionar los campos de golf de nuestra comunidad, para poner de relieve la capacidad de organizar grandes eventos en nuestra región y aprovechar su impacto en los mercados objetivos, y para impulsar el acceso a la práctica de este deporte entre los andaluces. Y todo ello, bajo una normativa que, a la vista de los datos ofrecidos relativos al número y calidad de los campos, a los buenos registros que estamos cosechando, en cuanto a visitantes y a su percepción positiva —que incluso hace merecedora a Andalucía de prestigiosos reconocimientos, como el del Destino Europeo Continental de Golf 2017— podemos concluir que es una normativa que funciona, y que funciona bien.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Por el Grupo Popular, la señora Alarcón tiene la palabra.

### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Gracias, presidente.

Buenos días, señorías.

Señor consejero, Andalucía, como usted bien sabe y ha destacado, en la World Travel Market, está atravesando por uno de los ciclos turísticos más boyantes. Los datos de visitantes son excelentes y superan con creces los que ya eran muy buenos, por cierto, del año pasado.

Como le digo, en la World Travel Market —seguro que lo ha comprobado usted mismo—, Andalucía es el destino preferido de millones de turistas, entre los que se encuentran, desde luego, turistas británicos, que siguen creciendo entre nuestros visitantes. Y que, por cierto, muchos de ellos vienen a jugar al golf y a jugar a Andalucía.

Este año 2017 vamos a tener cerca de treinta millones de turistas, y alrededor de cincuenta y dos millones de pernoctaciones. Son cifras históricas, que van directamente a mejorar nuestra economía, y, sobre todo, la economía de los andaluces que mantienen, o encuentran, un empleo gracias a la industria turística.

De estos buenos resultados, señor consejero, participa sin lugar a dudas el turismo de golf. Es decir, parte del éxito de nuestro destino turístico, de nuestro prestigio como marca turística en el mundo, y uno de los motivos por los cuales los turistas nacionales e internacionales vienen a nuestra comunidad autónoma, es el golf.

Los datos sobre este segmento turístico tan importante para Andalucía, que además son datos que nos facilita el sector, hablan por sí solos. Usted ha comentado algunos de ellos. El turismo de golf supone más de medio millón de visitantes a Andalucía, cuya motivación principal es venir a jugar al golf. Ese es el motivo principal de estos más de quinientos treinta mil visitantes.

Supone, además, más de mil seiscientos millones de euros entre todos los ingresos relacionados con el golf, porque, evidentemente, quien viene a jugar se tiene alojar, paga un alojamiento, come... Es decir, consume en restaurantes, transporte, comercio, ocio, y un largo etcétera de la maravillosa oferta que tiene nuestra tierra.

La realidad es que el golf supone más del uno por ciento del producto interior bruto andaluz, y casi el uno por ciento del empleo andaluz. Es un sector compuesto, además, por gente muy trabajadora y a la vez formada, que, a través del deporte, ha conseguido que Andalucía sea líder europeo en turismo de golf, donde la marca Andalucía Golf es ya indiscutible. Eso lo tenemos ganado. Y, además, se generan miles de puestos de trabajo y una importancia neta —que también hay que destacarlo— de capitales, importantísima de divisas, para nuestra comunidad.

Por otro lado, he de destacar que Andalucía es la región con mayor concentración de campos de golf de toda Europa continental. Tenemos más de cuarenta y tres mil —como usted bien ha dicho— seiscientas licencias de golf en Andalucía. Y es la comunidad autónoma que más turistas internacionales de golf recibe, superando los quinientos treinta mil —como he dicho antes— jugadores venidos de todas partes de fuera de Andalucía en el 2016, que es el último dato que tenemos.

Las previsiones, afortunadamente, siguen siendo buenas, por lo que el número de turistas y su gasto medio va en aumento. Y a medio plazo, afortunadamente también, parece que esto no va a decrecer, sino todo lo contrario.

Usted mismo ha enumerado los numerosos e importantes torneos, eventos deportivos, que se van a celebrar en Andalucía. Y yo, por no volver a repetirlo, no los voy a detallar, porque usted ha detallado la mayor parte de ellos.

Todo esto, ¿en qué va? En beneficio de este segmento tan importante que, sobre todo —y lo volvemos a destacar—, rompe y combate la estacionalidad turística: once días de estancia media. Y, además, esa estancia media se produce, en muchos casos, en temporada baja o en temporada media —fíjese usted lo bien que nos viene para combatir la estacionalidad que aún tenemos en nuestra tierra—.

Señor consejero, creo que lo tenemos claro, y además creo que estamos de acuerdo, y que podemos afirmar con orgullo y satisfacción, que llevamos creciendo —turísticamente hablando— cinco años, aproximadamente. Y, por lo tanto, es un escenario normal —así es como nosotros lo vemos— que debería de suponer, este crecimiento, el crecimiento de nuevos proyectos de golf, para dar cabida a ese mayor número de golfistas que nos van a visitar en un futuro, si seguimos con esta tendencia creciente.

Sin embargo, y aunque existen varios proyectos de golf repartidos por nuestra geografía, no se están ejecutando apenas ninguno. Es más, tan solo uno de ellos.

Por eso, yo le pregunto: señor consejero, ¿cómo puede ser que la región líder de turismo de golf en Europa, en un entorno económico y de turismo creciente, no esté aumentando su número de instalaciones? Esta pregunta creo que es sensata y debemos de hacérnosla. Y, además, tenemos que ahondar en la respuesta para invertir esta negativa tendencia. Tiene que existir alguna razón que imposibilite dicho crecimiento, cuando, además, estamos viendo que la crisis ya es cosa del pasado, y, afortunadamente, más visible aún, en zonas costeras.

La razón principal, a nuestro juicio, y también la del sector, es una normativa casi imposible de aplicar para el desarrollo de nuevos campos, por las exigencias que supone.

Señor consejero, el Partido Popular ya trajo este debate a esta comisión y al Parlamento. Debatimos y defendimos una comparecencia exclusivamente para hablar, en concreto, del Decreto de campos de golf en Andalucía y de su necesaria revisión.

Hasta la fecha, nuestro discurso parece que ha caído en saco roto. Yo lo vuelvo a traer a esta comisión, porque sé que usted es sensible con el turismo de golf. Sé que le da el valor que tiene, y además me consta su apoyo desde la consejería, y las magníficas relaciones institucionales que tiene con otras instituciones, como puede ser el ejemplo de la Diputación de Málaga, que también está haciendo mucho en favor del golf en Andalucía.

Por lo tanto, yo lo que le pido es un compromiso más; le pido un gesto en beneficio del turismo de golf. Y ese gesto pasa por la revisión del decreto regulador de los campos de golf en Andalucía. Porque la realidad es que no están bien encajadas, por un lado, la Ley del Suelo, con el decreto de campos de golf. Y, si la primera obliga a crecer las ciudades en capas —nosotros las denominamos aros de cebolla—, la superficie que exige un campo con desarrollo urbanístico ronda las ciento cincuenta hectáreas, lo que hace económicamente inviable, a todas luces, los proyectos de golf.

A modo de ejemplo, campos tan emblemáticos como Valderrama, que usted bien sabe que es la sede de la Ryder Cup en 1997, y del reciente Andalucía Valderrama Master, no se hubieran podido construir a día de hoy. Ahí los tenemos, por suerte, pero a día de hoy, con el decreto actual, no se podrían haber construido.

Se requiere una revisión de dicha normativa reguladora de campos de golf para que el sector crezca y siga creando empleo y riqueza en relación a este sector del turismo, que va camino de convertirse en generalista, por el enorme número de visitantes que produce. Yo le recomiendo que cuente siempre con la opinión de... tanto de las instituciones que mejor conocen el golf como la propia Federación Andaluza de Golf, que es de hecho lo que yo hago, y he hecho en concreto para traer esta comparecencia una vez más. Escuchar y dialogar con quienes mejor conocen el sector...

**El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Señora Alarcón.

**La señora ALARCÓN MAÑAS**

—Voy a hacer una sola intervención y termino rápidamente.

Con quienes mejor conocen el sector, para impulsarlo y mejorar cuantos aspectos que sean necesarios modificar para que siga creciendo.

Hay otros que no competen aquí, como por ejemplo, el del IVA, que yo reconozco que también habría que andar para que, ya que ha pasado la crisis, volvamos a recuperar el IVA que tenía anteriormente. Todos tenemos que remar en defensa del golf, porque el golf genera, señor consejero, alrededor de 16000 empleos directos y 25500 en total, y deja un impacto económico directo de más de 730 millones de euros al año solo relacionados con el golf y el alojamiento. A esto, si le sumamos el resto de servicios, comercios, restaurantes, transportes, habría que multiplicarlo por dos o casi tres, y estaríamos hablando de un impacto económico de 1630 millones de euros anuales.

En concreto, señor consejero, lo que yo le propongo, y usted lo ha destacado, es que esos 120 euros de media que deja el turismo de golf en Andalucía se produzcan más días al año y en más campos de golf, para llevar alrededor de los 280 euros diarios, que incluye ya la totalidad del gasto, porque esos 129 euros solamente son en el momento de alojamiento y golf. Los gastos que se contratan en origen, cuando ya vienen aquí, llegan a 280 euros diarios, de gasto medio, un turista de golf.

Por lo tanto, señor consejero, y ya concluyo, volvamos al..., la petición que hizo este Partido Popular de revisar este decreto. Y son tres puntos los que yo quiero destacar. Uno de ellos es que el decreto, lógicamente, no puede en ningún caso ser el más restrictivo, el más exigente y limitador en esta comunidad que en otra, o que en otros países —como por ejemplo Portugal, que es más... —, o en otras comunidades como Canarias, por ejemplo. Tenemos que escuchar y dialogar y sentar a la mesa al sector, la Federación Andaluza de Golf, y consensuar con ellos el decreto regulador, ya que antes, no fue usted, pero el consejero anterior no lo hizo. Porque tenemos que recordar que el decreto se endureció, y no se sentaron a la mesa precisamente los interesados y el sector en concreto de golf en Andalucía.

Y por último, señor consejero, la tercera petición es que eso, pues que convirtamos a Andalucía —o la mantengamos, pero vayamos a más— en la California de Europa, y liderar el turismo de golf en el mundo. No debemos renunciar a ello porque vamos camino, estamos en ello, de conseguirlo, y porque este objetivo genera muchos, muchos puestos de trabajo y mucha riqueza en nuestra comunidad autónoma.

Nada más; muchísimas gracias.

## El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Señor consejero.

## El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señorías.

Señora Alarcón.

Creo que en el diagnóstico coincidimos; coincidimos de la importancia del golf dentro del sector turístico. Y creo que en esa adecuación a la realidad, a la realidad económica y a la realidad social que ha habido, ha sido por lo que no se ha modificado —como tenía previsto el anterior consejero— una modificación del decreto aún más restrictivo que no hemos realizado ni hemos llevado a cabo. Precisamente porque creemos que la situación actual no es la misma que la que nos pudimos encontrar en el 2008 o en el 2009.

Yo creo que cuando usted habla de un decreto de golf, la regulación de instalación de los campos de golf está contemplada en la normativa urbanística con total claridad. Lo que nosotros hacemos es la declaración de interés turístico de los campos de golf. Y cuando un campo de golf tiene que tener un interés turístico, que le da una serie de exenciones o por lo menos le da una serie de facilidades a la hora de hacer el desarrollo urbanístico, no puede ser el interés inmobiliario o el interés de generación de viviendas en... en torno a los campos de golf lo que mueva a los promotores, en vez del interés deportivo o turístico. Y por eso mismo creemos que la normativa actual es una normativa que funciona; una normativa que permite discriminar el grano de la paja; saber cuáles son los campos de golf que tienen un interés turístico de los que no son nada más que una excusa para un interés inmobiliario. Y creo que en ese sentido también el sector es consciente.

Nosotros, desde la consejería, estamos desarrollando una política totalmente en consenso con el sector y con la federación andaluza —que, por cierto, tengo que agradecer la colaboración que ha tenido para traer a estos grandes torneos también a Andalucía, una colaboración activa, y la federación española también, para que Andalucía tenga ese protagonismo en los grandes torneos—, pero, como digo, nosotros tenemos una política, o queremos desarrollar una política, de promoción del golf donde enseñemos la excelencia de nuestros campos, donde permitamos que los gestores, que las empresas que tienen un contacto directo o que tienen una gestión directa del golf en Andalucía tengan posibilidad de contactar con las empresas que gestionan la oferta, y donde hacemos posible que 400 millones de hogares vean la excelencia de jugar al golf en manga corta a finales de octubre, cuando en otros países ya empiezan a estar meses sin poder jugar. Eso es nuestra política de golf, esa es la política que vamos a desarrollar en el golf. Y creo que flaco favor le ha hecho al golf en Andalucía y en España cuando se ha vinculado el golf al pelotazo urbanístico, cuando se ha vinculado el golf al desarrollo incontrolado de un desarrollo inmobiliario, y cuando se ha vinculado el golf, que no son los intereses o por lo menos no son los intereses directos del turismo y el deporte. Ese es el flaco favor. Creo que se hizo un decreto que para separar, como he dicho, para separar bien cuáles son los intereses deportivos y turísticos del golf de cuáles son otros intereses ajenos al golf, y creo que ahora mismo estamos funcionando bien.

Hay una colaboración directa para cualquier desarrollo; para que desde el primer momento tengan el contacto con la consejería para que cualquier desarrollo de un campo de golf sea desde primera hora consciente, primero, de la sostenibilidad que tiene que tener el proyecto, y sostenibilidad ambiental, sostenibilidad económica, y como siempre he dicho, sostenibilidad social, y creo que en ese camino estamos.

Muchas gracias.

**El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Gracias, señor consejero.

## 10-17/APC-001409. Comparecencia del consejero de Turismo y Deporte, a fin de informar sobre la campaña andaluza de turismo cultural

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuación a seguir con el orden del día.

Ahora viene el debate de la segunda proposición no de ley del Grupo Socialista, a fin de que el Consejo de Gobierno a través del consejero informe sobre la campaña andaluza de turismo cultural.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Muchas gracias, presidente.

Señorías.

La situación del turismo en nuestra comunidad es altamente positiva. Sin ir más lejos, según los datos hoteleros del pasado mes de septiembre, fue el mejor septiembre de la historia del turismo en Andalucía, con cerca de dos millones de viajeros y casi seis millones de pernoctaciones. Y todo apunta a que 2017 se va a convertir en otro año histórico en cuanto a datos turísticos.

Como ya adelantó la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, en la World Travel Market de Londres, este año superaremos los 29 millones de viajeros en nuestra comunidad —para ser exactos, 29,4 millones—, y estaremos por encima de los 52 millones de pernoctaciones en alojamientos hoteleros reglados. Con estos datos, podemos afirmar que los esfuerzos que estamos realizando administraciones, empresarios y trabajadores para fortalecer nuestro sector turístico están dando resultados. Todo ello, con un impacto muy positivo en el mercado laboral y en el crecimiento de toda la economía andaluza, por efecto arrastre.

El verano ha sido bueno, pero no podemos caer en triunfalismos: hay que seguir trabajando duro para poder cerrar un magnífico 2017 y consolidar la cifra. Cerca de ocho millones de viajeros durante el verano y más de 25 millones de pernoctaciones posibilitan que hablemos del verano con entusiasmo y orgullo, pues el turismo sigue creciendo —en este caso un 1,6% exactamente—, y les aseguro, señorías, que es difícil seguir teniendo indicadores en positivo año tras año, mes tras mes.

Ya hemos mencionado la fuerza que otorga al sector turístico haber superado los 25 millones de estancias hoteleras durante el verano. Este dato, por sí mismo, es un premio al esfuerzo de todo el tejido turístico andaluz.

En Andalucía, el sector turístico está afianzado, creciendo y con buena salud. Y lo más interesante es que se está reflejando en el crecimiento de los datos de empleo asociados al sector; una noticia muy ilusionante de cara al futuro, por ser uno de los ejes, la creación de empleo, más importantes para todo el Gobierno andaluz.

Pues, bien, de estos buenos datos, como ya les comenté en el pasado mes de septiembre, cuando les presenté un estudio sobre turismo cultural, durante el año 2016, la cultura fue la motivación principal para un total de 8,3 millones de viajeros, lo que supone que, para un tercio de los viajeros, la cultura es la principal causa de visita a nuestra comunidad.

Este segmento creció un 12,1% durante el 2016, y con respecto al año anterior, siendo el segmento de mayor crecimiento y futuro para nuestra región.

Cabe destacar que el 56% de los visitantes son de origen nacional, y que, como media, registra un gasto por encima de los 75 euros al día, y que es un segmento menos tendente a la estacionalidad, por lo que ayuda a todo el sector turístico a ser más estable y eficaz. Por ello, para que nuestro turismo siga creciendo, el turismo cultural es un segmento indispensable y necesario; idea que ha llevado a esta consejería a desarrollar el Plan de Promoción Cultural.

Se trata de un plan cuyo objetivo es convertir la cultura en la protagonista de nuestra promoción turística para los próximos seis meses, y que va a potenciar la proyección de los recursos y destinos andaluces desde un punto de vista experiencial, sumando nuevos reclamos que aumenten el atractivo de nuestra región, de forma que los productos culturales y aquellos con los que mejor se relacionan, como los gastronómicos y los de naturaleza, puedan compartir protagonismo y complementar la oferta clásica de sol y playa.

El turista nacional centrará gran parte de nuestra promoción, para que los españoles y los andaluces vuelvan a centrar su atención prioritaria en nuestros destinos.

Las tres etapas temporales que componen este plan se distribuyen de la siguiente manera: desde noviembre a Navidad, período en el que realizaremos una campaña específica de turismo cultural para el mercado nacional; de enero a marzo, cuando trasladaremos esta campaña a redes sociales como Facebook, con una campaña específica en horario, y con un target definido de edad. Y la tercera fase se extenderá de abril a junio. La campaña con la que arranca esta acción comenzó su andadura el pasado viernes 3 de noviembre, y estará activa durante todo ese mes, basada en el uso planificado de espacios promocionales en medios de comunicación, a través de los cuales proyectaremos la fortaleza del segmento cultural andaluz, tratando de impactar en la mayor cantidad de público objetivo posible. Su ámbito, como he mencionado, es autonómico y nacional. Y los soportes que estamos empleando para su desarrollo son, en primer lugar, la televisión nacional y autonómica; y también nos dirigimos a este público objetivo, a través de los medios de prensa regionales; en concreto, en los medios que cuentan con mayor tirada en cada provincia andaluza.

También estaremos presentes en revistas nacionales especializadas de cultura. Y además, estaremos presentes con esta campaña en las estaciones de Renfe de Madrid, Málaga, Sevilla, Córdoba, Valencia, Barcelona y Zaragoza, utilizando para ello los soportes exteriores emplazados en estos recintos.

Y como he mencionado, es solo el inicio de otras muchas y variadas actuaciones que destinaremos a este segmento, el cultural, a lo largo del próximo ejercicio, coincidiendo con la celebración, en 2018, del año Europeo del Patrimonio Cultural.

Señorías, el cultural es un segmento turístico que conecta especialmente bien con los perfiles actuales de demanda, público joven, y más orientado a las visitas cortas de puentes y fines de semana, que tan bien están funcionando en Andalucía.

Un ejemplo de esto que les cuento es que, durante el puente del Pilar, alcanzamos el 80% de ocupación hotelera en la región. Además, mantiene una simbiosis perfecta con otros sectores de oferta, porque es uno de los que más aportan en positivo al segmento de compra, el gastronómico y el de naturaleza.

Y lo que es más importante: en Andalucía contamos con una oferta singular que es imposible de superar, porque tenemos recursos y productos únicos que no se pueden copiar, y que bien valen la visita a nuestra región.

Motivos más que suficientes para que sigamos apostando por este segmento, tanto en el mercado nacional, como es el caso de esta campaña, como en los internacionales, con los que compartirá protagonismo en la siguiente fase, especialmente de la mano de los programas que tenemos en ejecución, como Tus Raíces en Andalucía, que es una iniciativa que pusimos en marcha en esta legislatura y que ha recibido el respaldo de importantes entidades internacionales, como la Organización Mundial del Turismo, la Red Europea de Nettur, o la Unión Europea... Proyectos, por cierto, difundidos y fortalecidos gracias a nuestra presencia en la Feria Fit de Buenos Aires, en Argentina, donde ha recibido una gran acogida y puede convertirse en uno de los grandes atractivos para que el viajero latinoamericano visite nuestra tierra.

Esta iniciativa, la de Turismo de Raíces, queremos seguir ampliándola a más grupos de demanda, como el segmento *millennials*, y extrapolarlo al ámbito europeo, para lo que ya hemos dado los primeros pasos. Incluso, más adelante, presentaremos Tus Raíces en Andalucía, en los Emiratos Árabes y en Qatar.

Otro de los programas con un protagonismo especial en los próximos meses es Andalucía, Huella Universal, que nos ofrece una magnífica oportunidad para dar a conocer más y mejor nuestro legado, y articular un producto turístico, diferenciado y competitivo, a partir de los espacios, edificaciones y patrimonio reconocido por la Unesco en nuestra comunidad, y a través de las efemérides, aniversarios y otras propuestas de índole cultural, que van a tener lugar, como son la celebración del año Murillo, el quinto centenario de la primera circunnavegación terrestre, la campaña a favor de la declaración de Medina Azahara como patrimonio mundial, la celebración del decimoquinto aniversario de la declaración de Úbeda y Baeza como Ciudades Patrimonio de la Humanidad por la Unesco; un extenso y completo programa de actividades, presentadas esta misma semana en la World Travel Market, así como la celebración del 450 aniversario de las Alpujarras, de la revuelta de las Alpujarras. Además de la apertura del Museo Internacional de Arte Íbero en Jaén, la celebración del primer año de vida del museo de Málaga, el de la Aduana, y la organización, en 2018..., todo esto con una organización en 2018 de una importante bolsa de comercialización sobre turismo cultural en Andalucía.

Otras promociones en las que ha trabajado esta consejería pueden, igualmente, aumentar el impacto en el sector cultural, por tratarse de segmentos turísticos complementarios; algo que ya he mencionado anteriormente. Sin ir más lejos, la capitalidad gastronómica de Huelva durante 2017 ha conllevado un aumento de las visitas culturales a la ciudad onubense.

Y el segmento de turismo cultural es un segmento vivo y con mucha actualidad, que nos deja titulares recientes de mucha importancia.

Me refiero a que esta misma semana hemos conocido que la Academia de Cine Europea ha incluido la Plaza de España en Sevilla entre los tesoros de la cultura cinematográfica europea; una distinción que llega durante la celebración del Festival de Cine Europeo de Sevilla —otra de las grandes citas culturales de este otoño—.

Y ya que hablamos de cine, no puedo más que hacer mención al gran impacto cultural y turístico que han supuesto las diversas localizaciones andaluzas utilizadas como escenarios para la exitosa serie de televisión *Juego de Tronos*.

Podemos destacar que uno de los capítulos más vistos de esta serie, y, por tanto, de la televisión mundial, se desarrolla en las ruinas romanas de Itálica, lo que supone un impacto promocional incalculable a nivel mundial.

Como andaluces, no cabe más que estar orgullosos del amplio, extenso e importante patrimonio cultural que tenemos en cada rincón de nuestra tierra. Y como Administración, debemos saber valorar, gestionar y promocionar, de forma adecuada, el interés turístico que despierta nuestro patrimonio cultural y orientarlo para que sea un factor de prosperidad económica, de creación de empleo, de calidad de vida y de integración social. También es una oportunidad para aumentar nuestro volumen de visitantes de una forma menos estacional, y que nos ayude a extender los buenos registros del verano al resto del ejercicio, consiguiendo un modelo turístico más equilibrado, más eficiente y más sostenible.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

La señora portavoz del Grupo Socialista tiene la palabra.

### La señora RAMÍREZ MORENO

—Gracias, señor presidente.

Gracias, señor consejero.

Gracias por esta comparecencia que pedía el Grupo Parlamentario Socialista, y gracias por la amplia explicación.

Voy a ser muy breve, porque creo que lo ha explicado perfectamente. Antes de nada quería felicitarle por el buen trabajo que ha hecho Andalucía, que ha hecho el Gobierno andaluz, en la World Travel Market, la feria más importante de turismo de Europa, donde hemos conocido que se viene con los deberes hechos y se han conseguido buenas cosas para Andalucía, como que haya más vuelos que permitirán mejorar también las conexiones con el Reino Unido, donde se habla de que hay más capacidad de crecimiento, de crecer bien... De un crecimiento, de crecer bien, de un crecimiento sostenible, donde se ha realizado más de tres mil contactos empresariales, y, por tanto, una feria que nos deja muy buenas sensaciones, tanto al Gobierno andaluz como al sector en su conjunto.

Esta mañana también escuchamos el balance que hacían los empresarios y profesionales del sector, y hablaban de la magnífica situación por la que atraviesa el turismo andaluz, destacando, sobre todo, la apuesta que se hace de Andalucía por la calidad, por un turismo de calidad, y, sobre todo, por un turismo de experiencias y de emociones. Porque, verán, venir a Andalucía —ya lo hemos dicho muchas veces— no es solo venir a ver sol y playa, sino que son otras muchas cosas más, y esto es lo que queríamos preguntarle hoy. Por eso hablamos del turismo cultural, de todos nuestros monumentos, nuestros museos, de nuestras tradiciones. Porque Andalucía es capaz de ofrecer de todo a aquellos turistas y visitantes que nos eligen.

Y es verdad, que lo hemos hablado muchas veces: Andalucía vive un momento extraordinario cuando hablamos de turismo, pero creo que ese momento también es fruto de todo el trabajo que se viene desarrollando de manos del sector. El turismo cultural, ha dicho usted, cada vez está teniendo más importancia en nuestra comunidad autónoma, y está ocupando casi la tercera parte de nuestro turismo, lo que hace que sea necesario que se le preste una especial atención, porque son personas que nos visitan con la cultura como principal motivo. Y es un turismo que viene a frenar esta estacionalización, con la que tanto queremos luchar aquí en Andalucía; es un turismo atemporal y es un perfecto elemento desestacionalizador durante todo el año y durante todo el territorio, que es lo que nos conviene en nuestra comunidad autónoma, porque todas las provincias pueden beneficiarse de él. Un turismo que permite mezclarse con otros segmentos a su vez, con lo cual hace, como digo, que sea muy beneficioso para todo el territorio.

Por eso quería, queremos conocer lo que se ha hecho por parte del Gobierno andaluz en esta esfera; el trabajo que se viene realizando con el turismo cultural. Y, claro, no creo que nadie pueda dudarlo, cuando tenemos un plan de acción que marca toda la estrategia del Gobierno andaluz, con un plan de acción coordinado y consensuado con todos los sectores, con las diputaciones, con los ayuntamientos, yo creo que nadie puede cuestionar que el trabajo que se viene realizando es un trabajo que está dando sus frutos.

Y también quería terminar animándole a seguir trabajando en esta línea, y sobre todo, con el esfuerzo que reclama siempre nuestra presidenta —y así lo ha hecho en Londres—, que todo el esfuerzo que se haga por el turismo se vea reflejado en cifras de empleo, y que sea un empleo de calidad y estable. Y ahí va a encontrar al Grupo Parlamentario Socialista para seguir animándolo a este trabajo.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Ramírez Moreno.

Señor consejero.

### El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Señora Ramírez Moreno. Señorías.

Creo que el trabajo que tiene que hacer Andalucía es poner en valor la cultura; ponerla en valor y hacerlo no solo con una promoción directa, sino facilitando a las empresas y facilitando a los territorios poder establecer esa capacidad de negocio. Y en esto estamos.

Creo que no solo hay que mantener nuestra cultura, sino que también tiene que ser una fuente de riqueza para todos los territorios donde está asentada.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

## 10-16/POC-001649. Pregunta oral relativa a la alianza económica Sevilla-Málaga-Granada-Córdoba

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar el orden del día con las preguntas. La primera de ellas es del Grupo Popular, relativa a la alianza económica Sevilla-Málaga-Granada-Córdoba.

Interviene el señor Raynaud.

El señor RAYNAUD SOTO

—Muchas gracias, señor presidente.

Señor consejero, mi pregunta, aunque pudiera parecer que tuviera un matiz económico, se refiere fundamentalmente al turístico.

Hace ya casi más de un año que se constituyó ese eje turístico de las cuatro capitales andaluzas: Sevilla, Málaga, Granada y Córdoba.

A nosotros nos gustaría conocer si por parte de su consejería hay, de alguna manera ya, algunos indicios, algunos resultados sobre lo que esta alianza turística, que es verdad que más allá del propio turismo puede ir más, con unas repercusiones económicas importantes; si tenemos, de alguna manera, ya noticias en cuanto a lo que puede ser el resultado en este año, ya largo, desde la constitución de ese eje turístico de las cuatro capitales andaluzas.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Raynaud.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Señor Raynaud, creo que también viene bien ese matiz de alianza económica, porque encontrar un foro donde puedan compartir las oportunidades, donde no compitan, sino que colaboren las cuatro ciudades; encontrar una fórmula de alianza en lo turístico también revierte en lo económico. Y creo que es un acierto en ese sentido.

Creo que es un acierto, igual que otras asociaciones, y lo he dicho aquí en esta comisión. Es un acierto, igual que ciudades medias, la Fundación de Ciudades Medias encontró esa oportunidad turística de hacer alianza, o Caminos de Pasión, donde la declaración de la Semana Santa de cada una de estas poblaciones como fiesta nacional, o sea como fiesta de interés turístico nacional, hacía también un hilo conductor. Creo que, en este sentido, las cuatro grandes ciudades de Andalucía, con un contenido patrimonial importante, bueno, pues estas hacían este tipo de alianza. Y, además, la hacían desde la iniciativa propia de las cuatro

ciudades; algo a lo que la Junta de Andalucía también lo ha refrendado y ha apostado por ello. Y los ha ayudado, igual que hemos ayudado a las otras figuras de colaboración que han encontrado las ciudades.

Porque creemos que en Andalucía, si somos capaces de dejar de competir entre territorios para colaborar, para poner en valor cada uno de los patrimonios, o cada uno de los recursos que tenemos turísticos, vamos a seguir ganando. Pero esto no solo se tiene que dar entre las cuatro ciudades, también se tiene que dar entre las colaboraciones entre el interior y la costa, y el litoral. Las colaboraciones que tenemos que hacer, como la que vamos a promocionar entre La Axarquía y la Costa del Sol, para hacer también que el interior tenga una conexión directa con el litoral, para que los destinos de interior, y hay un ejemplo muy claro en Granada, la provincia de Granada tenga la capacidad de desarrollar que el destino de interior, igual que cuenta con una oferta como la de Sierra Nevada, o cuenta con la Costa Tropical, sea la Costa Tropical la que cuente también con la misma oferta. Esa simbiosis, esa ayuda, esa cooperación va a estar apoyada siempre por la Junta de Andalucía.

Y creo que, en este sentido, esta alianza, como hemos visto también, con su participación en ferias importantes, como lo ha sido, por ejemplo, en la Feria Internacional de Turismo de Buenos Aires, donde han tenido una presencia y donde nos han ayudado a vender a Andalucía, creo que es una buena oportunidad para Andalucía y para las cuatro ciudades.

Además, estoy seguro que las cuatro ciudades no tienen un carácter excluyente, sino incluyente, y que si alguna otra ciudad o algún otro territorio quiere incluirse, estoy seguro que los cuatro alcaldes estarán dispuestos a admitirla.

## El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Señor Raynaud.

## El señor RAYNAUD SOTO

—Gracias, señor presidente.

Gracias, señor consejero.

Porque nosotros, que esta pregunta, que estaba registrada hace algún tiempo, cobró actualidad ante una noticia reciente, la cual decía que cultura, comida y compras de lujo, de alguna manera, son uno de los atractivos importantes de ese eje turístico de Málaga, Granada, Córdoba y Sevilla.

Y, efectivamente, usted bien lo dice, es un complemento ideal lo que pueda ser Sierra Nevada con la Costa del Sol, por lo tanto Granada y Málaga; es un complemento el turismo interior entre las provincias de Córdoba y Sevilla. Y, luego, sobre todo, no podemos olvidar, entre esas cuatro provincias casi, casi supone el 70% del PIB de nuestra comunidad, y un porcentaje elevadísimo de esos veintinueve millones de visitantes que podremos tener a lo largo del próximo año.

Yo le insistiría en que todas las medidas que desde la consejería puedan impulsar y potenciar ese eje, de una manera complementaria, —y pongo especial énfasis en las comunicaciones y en los visitantes de larga

distancia, llámese Estados Unidos, América del Sur, Oriente Medio, Japón, el mercado emergente chino, que evidentemente cada día nos aporta también mayor número de turistas—, pues se haga un esfuerzo grande en una, diríamos, conexión que yo creo que es vital: que lo mismo que hemos conseguido la conexión de la costa este de Estados Unidos con el aeropuerto de Málaga, ya sabe usted que no es la primera vez en la que yo le insisto en la importancia que se pudiera prever una conexión de la costa oeste de los Estados Unidos con el aeropuerto de Sevilla. Eso evidentemente complementaría de una manera extraordinaria el mercado turístico estadounidense, que cada día es más poderoso y más potente por su alto poder adquisitivo.

En definitiva, yo creo que ese eje turístico merece la pena que desde la Junta se potencie, se impulse, se le ayude porque, en definitiva, repercute sobre el conjunto de Andalucía. Porque a nadie se le escapa que potenciar la Costa del Sol pues es potenciar, evidentemente, la costa almeriense; a nadie se le escapa que potenciar el turismo en Sevilla estamos potenciando el turismo gaditano, indisolublemente unido. Lo tenemos claro en los ejemplos turísticos, en la llegada de cruceros al puerto de Sevilla, que se prolongan indefectiblemente hacia ciudades como Córdoba o Jerez de la Frontera, por poner un ejemplo. Por lo tanto, en este sentido, sepa que nuestro grupo considera importantísimo la potenciación de ese eje turístico de esas cuatro capitales andaluzas.

Muchas gracias, señor consejero.

Y muchas gracias, señor presidente.

**El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Gracias, señor Raynaud.

## 10-17/POC-001886. Pregunta oral relativa al campo de fútbol de la calle Marbella de Córdoba

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a pasar a la siguiente pregunta, que es también del Grupo Popular, relativa al campo de fútbol de la calle Marbella de Córdoba. La señora Alarcón tiene la palabra.

La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí, muchas gracias, señor consejero.

El 13 de julio... señor presidente. El 13 de julio le pregunté sobre el futuro de nuestro campo de fútbol de la calle Marbella de mi ciudad, Córdoba. Le pedí voluntad política para poner de una vez, tras los doce años esperando, el césped artificial en el campo de juego donde muchos niños no quieren ir porque es el único que no tiene césped artificial. Se lo pedí a usted, señor consejero, y se lo pedí a Susana Díaz, porque la Junta de Andalucía es la propietaria de este campo de fútbol, por más balones que echen ustedes fuera cada vez que le pregunto si van a arreglar o no el campo de fútbol de la calle Marbella de Córdoba.

Ya estamos cansados de que echen ustedes o bien la pelota para arriba o bien la pelota para abajo, pero nunca les vemos centrando el tiro a puerta. Hágalo usted, no porque se lo pida el Partido Popular, hágalo porque se lo piden los niños, el Distrito Sur, la Unión Deportiva Sur, la Plataforma Fray Albino Campo de la Verdad, la Asociación la Mirada del Sur, la Asociación Guadalquivir; por esas más de 2373 firmas que piden que se dignifiquen estas instalaciones —ya se lo dije en la anterior pregunta—, por los cuatro equipos de categorías inferiores que entrenan aún en albero. Y ahora, en los presupuestos de su consejería, que ha tenido usted una oportunidad magnífica de incluir esta inversión, usted no hace ninguna mención, cero, no habla de nuestro campo de fútbol de la calle Marbella, señor consejero. Por eso, el Partido Popular ha presentado una enmienda a sus presupuestos para que haya una inversión de un millón de euros en nuestro campo de fútbol de la calle Marbella. Yo le pido que se ponga usted de acuerdo con el ayuntamiento, como propietarios que son de este campo. No echen tampoco ahora toda la responsabilidad en el Ayuntamiento de Córdoba, porque el campo es suyo. Inviertan ustedes en el vallado, en el césped, en las gradas. En un barrio, ya se lo dije la otra vez, que es muy importante para nosotros. Es muy importante para Córdoba que este barrio se sienta especialmente apoyado, respaldado, y tengan inversiones en toda la zona que confluye en este barrio tan sensible y tan necesario para nuestra ciudad.

Y le ruego, señor consejero, que ahora en su respuesta no vuelvan ustedes a hacer lo mismo que hizo la otra vez, que es echar los balones fuera. Y no echen la culpa a nadie, nada más que a quien tiene la responsabilidad y quien es propietario de este campo.

No vuelva a insistirme en si ustedes se lo han cedido al ayuntamiento, si va a ser el ayuntamiento el que tiene que hacerlo... No; la propiedad es de la Junta de Andalucía; usted es el responsable de la Consejería de Turismo y Deporte y desde el Partido Popular entendemos que quien tiene que invertir en ese campo es esta consejería y es la Junta de Andalucía. Por lo tanto, asuma su responsabilidad. Y que la asuma también

la presidenta, y cuando vaya a Córdoba ojalá sea a inaugurar y estrenar el césped artificial de este campo de la calle Marbella de mi ciudad.

Nada más, y muchísimas gracias.

**El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Gracias, señora Alarcón.

Señor consejero.

**El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE**

—Señoría; usted me pide que no le siga respondiendo lo que usted me está preguntando, y yo le digo que si usted me hace la misma pregunta, yo le voy a hacer la misma respuesta. Pero porque no hay otra, porque es que no puede haber otra. El ayuntamiento de Córdoba tiene la cesión, la gestión de esa instalación deportiva, de ese campo de fútbol. Y estamos trabajando entre el ayuntamiento de Córdoba y la Junta de Andalucía, algo que no hizo la anterior corporación, por cierto, algo que es esta corporación la que ha tenido el compromiso de pedir la cesión del espacio. Y en ello estamos trabajando para que el Ayuntamiento de Córdoba tenga la cesión definitiva del campo de fútbol. Y una vez que tenga la cesión definitiva, el Ayuntamiento de Córdoba pida la colaboración de esta consejería, que está teniendo con todas las instalaciones deportivas dependientes de los ayuntamientos.

Mire usted: eso es así de fácil, y eso es así de claro. No me diga usted que le contesto lo mismo, porque usted me vuelve a preguntar lo mismo. Y le digo, la colaboración..., pero una cosa es que usted..., pero una cosa es que a usted no le guste lo que yo le respondo, pero eso ya es cuestión de que no espere usted de preguntármelo constantemente hasta que yo le cambie la respuesta. Si es que no hay otra respuesta. Nosotros estamos haciendo lo que nos ha pedido por primera vez, ya le digo, por primera vez, y esta corporación tomando ese compromiso con los vecinos, cosa que la anterior corporación —que usted tiene que conocer bien, porque era del Partido Popular— el alcalde no hizo en ningún momento. Por tanto, yo creo que la verdadera responsabilidad, la verdadera responsabilidad con los vecinos..., la verdadera..., y hablo de responsabilidad de tener..., de ser responsables con ellos, de hacer lo mejor para ellos, la está teniendo el ayuntamiento de Córdoba, cuando está pidiendo esa cesión, cuando vamos a darle esa cesión, estamos trabajando en ella y, sobre todo, cuando después de eso, va a tener la colaboración de esta consejería para hacer lo que tenemos que hacer, que es dotar de la máxima garantía para la práctica del deporte a cualquier ayuntamiento de Andalucía.

Muchas gracias.

**El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

—Gracias, señor consejero.

## 10-17/POC-001888. Pregunta oral relativa al cine como motor del turismo en Almería

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a pasar a la siguiente pregunta, del Grupo de Ciudadanos, relativa al cine como motor del turismo de Almería. Señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señor consejero, una pareja amiga hace..., el año pasado estuvo unos días en Cracovia y me comentaban que en una de sus callejas se rodaron escenas de *La lista de Schindler*. Y hay unas escalinatas, en una escena muy significativa de la película, donde se quedaron sorprendidos por la gran cantidad de gente que hay allí fotografiando. Y en torno a esas escalinatas, pues había multitud de cafés, de pequeños restaurantes, de tiendas de *souvenirs*... Es decir, se sorprendieron de cómo una zona, una calle o un lugar se convierte en icono cinematográfico y es capaz de atraer turismo, ¿no?

Todo esto, pues nos hace pensar en Almería. En Almería se han rodado películas muy importantes en la historia del cine: *Lawrence de Arabia*, *Patton*... El mismo director que realizó *La lista de Schindler*, Spielberg, pues ha estado allí con actores tales como Harrison Ford, Sean Connery... Esto nos mueve a asombro, a cierta perplejidad, cuando el viajero se entera de que algunos lugares emblemáticos de Almería, como es la escuela de arte, la alcazaba, la playa de Monsul, el desierto de Tabernas, han aparecido en las pantallas de todo el mundo mientras sonaba la música de Indiana Jones, o de compositores como Morricone. Otros lugares, como la catedral, el cabo de Gata, el parque Nicolás Salmerón, han sido escenarios privilegiados de muchos rodajes, ¿no? Solamente citando las películas que le he comentado, pues, le recuerdo que han sido premiadas nada más y nada menos que con 14 Óscar. Por tanto, yo creo que ahí puede haber, puede despertar cierta indignación que una capital y una provincia andaluza, que pueden tener ahí un elemento dinamizador de su economía, un atractivo más para el turismo, y que puede suponer un empuje económico y cultural, no se aproveche lo suficiente. Porque si hay una ciudad andaluza que tiene una especial vinculación con el cine —usted ha hablado antes de algunos escenarios también privilegiados, y ha recordado cómo han pasado, pues, por todo el mundo, ¿no? —, si alguna ciudad tiene ese papel en Andalucía, yo creo que es Almería, ¿no? Tradicionalmente, ha sido Almería donde sus calles, sus edificios, sus playas, sus paisajes, han sido escenarios de importantes rodajes.

La pregunta que le quiero hacer es si desde su consejería, —yo sé que el cine es una cuestión de cultura y próximamente va a llegar la ley que, entendemos que va a mejorar toda esta situación, pero sí que hay unas competencias en Turismo en cuanto a la dinamización o la divulgación, la publicidad del cine, ¿no?, y de esa ciudad—, dentro de sus competencias, ¿qué tiene pensada su consejería para que esta riqueza cinematográfica de Almería sirva de reclamo para el turismo y de desarrollo para toda la provincia?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

Señor consejero.

El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Señor Funes; el cine, como atractivo; la facilidad que le da a la promoción o a cualquier destino, a cualquier territorio cuando lo tenemos ya asimilado visualmente, culturalmente, todo el mundo porque lo hemos visto en películas, porque lo hemos visto en series de televisión, —como he comentado antes con *Juego de tronos*—, es algo que queremos usar desde Andalucía. Es algo que queremos usar en nuestra relación directa que tenemos con la *Andalucía Film Commission*, con la *Sites Commission*, para hacer posible que todos esos recursos turísticos que podemos poner en marcha en base al conocimiento que ya se tiene de los territorios por parte del cine, es una de las actividades más importantes que podemos desarrollar en esa ligazón o esa unión que podemos encontrar entre cultura y turismo.

Almería tiene un potencial que estamos empezando a explotar, no solo desde la Consejería de Turismo, y también tengo que reconocer el trabajo que el Patronato Provincial de Almería está haciendo, también, por poner en valor todos esos escenarios. Y tenemos que ver cómo hacerlo de una forma actual, cómo hacerlo desde una forma donde llegue por los canales que tiene que llegar y que son más conocidos.

Desde la consejería vamos a hacer, y estamos..., tenemos ya una primera parte, que es Andalucía, Destino de Cine, donde abarca toda Andalucía y los escenarios, y los posibles espacios donde se han rodado películas y se pueden ver en nuestra página web [andalucia.org](http://andalucia.org), donde también hacemos programas específicos, como fue el de promoción de Almería con la Trilogía del Dólar, aprovechando el 50 aniversario de la Trilogía del Dólar —*El bueno, el feo y el malo*, *Por un puñado de dólares*, y *La muerte tiene un precio*—, que Sergio Leone rodó, entre otros sitios, en Almería en su gran parte. Nosotros también tenemos desde la consejería la voluntad de hacer lo más posible porque estos sitios sean identificados con Andalucía, porque eso después es muy difícil.

Mire usted: en la misma plaza en Sevilla, que es la Plaza de América, en una película como *El viento y el león*, se rodaba en un lado y en otro de la plaza, poniendo el Museo de Artes y Costumbres Populares, el Pabellón Mudéjar, y poniendo el Museo Arqueológico, y se ponían dos localizaciones distintas, como era Túnez y Argelia. Lo que tenemos que saber es que cuando vayan a Túnez y Argelia no lo busquen allí, sino que sepan que aquello está aquí.

Y para eso, por ejemplo, las acciones que se están haciendo para geolocalizar, para georreferenciar todos esos escenarios de cine, y que queremos ponerlo en una sola aplicación, donde desde cualquier sitio sepa dónde localizar, no solo el espacio, sino también la escena que se rodó en ese espacio; es uno de los trabajos que estamos haciendo. Porque tenemos que vincular esos espacios, y que nadie busque en Arabia ese tren que salía de Guadix y que pasaba por las dunas de Almería. O que nadie busque en la estepa siberiana esas vistas que en *Doctor Zhivago* se veían con el fondo de Sierra Nevada. O que nadie busque, —creo

que lo localizan en Turquía—, en *Indiana Jones y la última cruzada* esa escena en la playa de Mosul, cuando Sean Connery espanta a las gaviotas y hace que se estrelle el avión.

Todo eso tenemos que hacerlo, y en ese trabajo es en el que estamos. Pero, además, no solo queremos hacer eso, sino que queremos vincular cine y los atractivos propios de cada uno de los territorios. Y hacer también posible que ciudades como en Alcalá de Guadaíra usemos el cine para que ese Puente del Dragón esté unido con el castillo a través de los dragones de algunas de las películas más famosas donde tienen protagonismo los dragones. O que en algunos pueblos donde hay una vinculación directa entre algunos personajes, como pueden ser las brujas en Soportújar, y hacer que eso tenga una relación directa con las brujas conocidas por todos, por nuestra cultura cinematográfica; eso también son labores que vamos a desarrollar en estos próximos años para vincular cine y territorio como atractivo turístico.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Hemos terminado los puntos del orden del día, perdón, perdón, perdón..., había puesto yo aquí un...

## 10-17/POC-001901. Pregunta oral relativa a las reuniones con los agentes de concertación turística

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Sí, queda una pregunta del Grupo Socialista, relativa a las reuniones con los agentes de concertación turística. La señora portavoz del Partido Socialista tiene la palabra.

La señora VELASCO GÓMEZ

—Gracias, señor presidente, casi me deja sin hacer la pregunta.

Señor consejero; buenos días, señorías.

Recientemente hemos tenido constancia de diversas reuniones mantenidas por usted a lo largo de los meses de septiembre y octubre con los principales agentes de la concertación social en Andalucía: con los responsables de Comisiones Obreras, de la UGT y de la Conferencia de Empresarios de Andalucía.

Ya en julio de 2016, la consejería que usted preside, la Confederación de Empresarios de Andalucía, la Unión General de Trabajadores de Andalucía y Comisiones Obreras de Andalucía suscribieron la alianza por un turismo innovador y competitivo en Andalucía. Un acuerdo que recogía la firme voluntad de enmarcar la política turística de la presente legislatura en el ámbito de la concertación social. Como introducíamos, hemos tenido conocimiento, señor consejero, de esos encuentros bilaterales, de los que han trascendido las valoraciones positivas de los agentes de concertación en función de las cifras y la dinámica del sector, que en las últimas comisiones venimos analizando con los excelentes datos del 2016, ya completos, y con el adelanto de los del 2017, que todavía tenemos que cerrar. Reuniones en las que todos los agentes coinciden en la necesidad de seguir avanzando en la sostenibilidad del destino Andalucía, y en el compromiso de garantizar la calidad del empleo en el sector. Profesionalidad, alianzas público-privadas, lucha contra la estacionalidad, formación de los empleados, dinamismo, innovación, o diversificación son algunos de los retos de futuro del sector que coinciden los agentes de la concertación social, además de señalar que el marco adecuado para seguir avanzando en estos aspectos es la citada alianza por el turismo.

Así, sin duda, seguiremos haciendo y actuando por la mejora de las cifras, tal y como viene sucediendo. Por lo cual aprovechamos para reiterarle nuestra felicitación, como ya se ha hecho aquí, y nuestro respaldo a acciones tan intensas y tan positivas como la presencia y la fuerte apuesta realizada por su consejería en estos días con la participación en la World Travel Market de Londres.

En este sentido, nos gustaría preguntarle: ¿qué valoración hace el Consejo de Gobierno de estas reuniones con los agentes de concertación turística en Andalucía?

Muchas gracias.

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Velasco González.

Señor consejero.

### El señor FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, CONSEJERO DE TURISMO Y DEPORTE

—Gracias, presidente.

Señoría, estas reuniones han tenido un carácter de mantener viva esa alianza. La presidenta, en aquella firma, dijo que aquello no era una foto de un día, sino que era un trabajo para un futuro. Y en ese sentido, cumpliendo las directrices de la presidenta, hemos querido que siguiera vivo esa alianza y siguiera vivo con el diálogo continuo. Un diálogo que hemos desarrollado con todo el sector, que hemos desarrollado con todos los agentes del sector durante este año, durante toda la legislatura, tanto la parte que se hizo para la gestión de la alianza como la parte que estamos de aplicación de la misma.

Pero hemos querido que el compromiso siguiera vivo en el más alto nivel. Y en eso..., por eso han sido estas reuniones. Hemos tenido un contacto directo con los dirigentes, tanto de los sindicatos como de la Confederación de Empresarios de Andalucía, precisamente para evaluar, para enmarcar cuáles son los hitos que tenemos que tener en el futuro y, sobre todo, para marcar el ámbito de colaboración. Hay problemas que se están dando en el sector. Hay problemas, sobre todo, en la generación del empleo y en la calidad de ese empleo que se genera. Y lo que queríamos hacer con ello era seguir manteniendo esa alianza precisamente para mantener un turismo innovador y competitivo, pero sobre todo para hacer que todos, todos ganáramos con la evolución que pudiéramos tener de las cifras que estamos dando.

Los beneficios que se están dando en el turismo se tienen que trasladar a los trabajadores, porque son los que mantienen la calidad del turismo en Andalucía. Y ese diálogo tiene que ir en ese sentido. Y así me he encontrado la voluntad, tanto de empresarios como de sindicatos, la voluntad de colaborar, la voluntad de hacer posible que en el diálogo esté por la posibilidad de avance; que no haya una confrontación directa, que no haya una confrontación, y que usen esa alianza que hemos tejido entre Administración y agentes, esa alianza la usen precisamente para evitar que el turismo en Andalucía sufra de competitividad, falta de competitividad, o sufra de falta de innovación.

Y todo eso, todo eso, se está haciendo porque el compromiso del Gobierno de la Junta de Andalucía, porque el compromiso de la presidenta es un compromiso con todos los ciudadanos. Y es un compromiso que se basa en el diálogo, en el consenso y, sobre todo, en conseguir que todo este ciclo, nuevo ciclo, que estamos teniendo de recuperación, se traslade a todos los ciudadanos. Y sobre todo, se traslade a los trabajadores y trabajadoras que, como digo, son los que mantienen la calidad del turismo en Andalucía.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor consejero.

Ahora sí podemos decir que la comparecencia del consejero ha terminado en la comisión en el día de hoy. Muchas gracias, consejero, por su presencia en esta comisión.

[Receso.]

## 10-17/PNLC-000284. Proposición no de ley relativa a las propuestas para mejorar la distribución de la carga turística

El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Vamos a continuar con el orden del día. Lo retomamos, y comenzamos con una proposición de ley, presentada por el Grupo de Ciudadanos, relativa a la propuesta para mejorar la distribución de la carga turística. Y para ello tiene la palabra el señor Funes.

El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

El turismo es una importantísima fuente de bienestar y de prosperidad para nuestra tierra, del cual nos sentimos tremendamente satisfechos, porque es un gran motivo de orgullo para todos.

El objetivo de esta iniciativa no es, por tanto, poner en juicio el turismo, ni siquiera poner en juicio la enorme cantidad de personas que nos visitan a lo largo del año. En este ejercicio de 2017, creo que vamos a estar en torno, si no superamos, los treinta millones de visitantes. Pero defender el turismo, o presumir de turismo, debe ir más allá de hacer gala de cifras. La idea de esta propuesta, por tanto, no es tanto aumentar —aunque no nos molesta aumentar—, sino que ponemos el acento en la distribución; fomentar de acuerdo, pero, sobre todo, distribuir mejor. Y distribuir mejor, porque tenemos ejemplos recientes, que han sido noticia durante el verano..., por ejemplo, los problemas que se han producido en Barcelona por los efectos negativos que provoca también un turismo desmedido, y que ha dado lugar al rechazo, incluso, por parte de la ciudadanía. Y no hay nada peor, para disuadir al turista, que ser recibido con disgusto.

Tenemos que hacer estudios, análisis, antes de tener encima el problema. Cuando ya tienes encima el problema, ya vas con urgencia. Hay que adelantarse a posibles problemas, o hay que dar determinadas medidas que, a nuestro juicio, pueden paliar o pueden aliviar las dificultades que tiene un turismo masivo.

Hay que procurar promocionar un turismo sostenible. Esta expansión sin límite se ha dado en otros lugares... El más emblemático, posiblemente, sea Venecia, como algo ya insostenible y que requiere medidas urgentes. Sin llegar a esos extremos, nosotros consideramos que en Andalucía también hace falta ir poniendo ya determinadas medidas que ayuden a mejorar esta distribución, y a que la capacidad de carga se mantenga en unos niveles aceptables.

Ha variado nuestro turismo, lo cual ayuda a la desestacionalización, y es muy importante. Tenemos turismo cultural, medioambiental, gastronómico, deportivo... La sobreexplotación supone una merma en la calidad de los servicios. La saturación repercute negativamente en la imagen de los destinos turísticos, y los turistas se pueden llevar malas experiencias, aparte del problema que puede generar en el paisaje, en la convivencia, en la prestación de servicios variados. Por eso, nuestra propuesta ofrece, o presenta, cuatro puntos, que creemos pueden servir de ayuda a hacer una distribución más homogénea de todos cuantos nos visitan. Uno

es..., el primer punto insta a que se desarrolle un sistema de indicadores —no sé, por poner un ejemplo: rojo, verde, azul... — en el cual, se midan los niveles de carga en las distintas zonas turísticas.

El segundo punto indica que, dentro de esa categoría, dentro de esa catalogación, aparezcan expresamente aquellos lugares que tienen potencialidad, que tienen recursos suficientes, y, sin embargo, pueden absorber mucho más turismo. No hay, diríamos, una correspondencia entre lo que ofrecen y los visitantes que reciben. Y es ahí donde nosotros queremos poner el acento, justamente en esos lugares que, ofreciendo muchas posibilidades, no reciben toda la gente que podría estar ahí y que, de alguna manera, aliviaría la masificación que puede producirse en otros lugares.

Y para ello, el tercer punto, para apoyar, para animar, para estimular a las empresas de carácter turístico que se quieran implantar en esos lugares que ofrecen potencialidad, que ofrecen recursos, pero que pueden recibir muchos más turistas sin ningún problema... establecemos un tercer punto, con los siguientes apartados: que se cree bonificaciones fiscales para esas empresas que se instalan en esos lugares; que se mejore la conectividad y el transporte —que eso es un elemento que ayuda enormemente a la instalación de empresas, que haya una red de transportes adecuada que permita el flujo de visitantes—. Y, finalmente, una adecuada promoción que ponga en candelerero, que ponga la lupa sobre estos lugares que pueden, que merecen ser visitados y, sin embargo, no tienen, no reciben, o pueden recibir mucha más gente de la que en la actualidad tienen. Y de esa forma, además, mejorarían esa distribución y aliviarían lugares más masificados.

Estos son los tres puntos, y espero que reciba, digamos, el acuerdo de todos los grupos.

Muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señor Funes.

A continuación, los grupos no proponentes.

Para ello, tiene la palabra la señora Alarcón.

### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí, muchas gracias, señor presidente de la Mesa.

Desde el Partido Popular, señor Funes, estamos de acuerdo, —no puede ser de otra manera— en estudiar, ordenar y promocionar el turismo en nuestra tierra. Pero lo que no estamos de acuerdo, y queremos dejarlo bien claro, es en que caigamos en las mismas tesis que defienden, permítame la expresión, los más extremistas, de que se está produciendo una sobreexplotación del turismo. Porque si aceptamos esa premisa, estaríamos dándole cobertura a los que hablan del turismo..., que yo no quiero pronunciarlo, la palabra, porque yo hablo siempre de turismofilia, que es amor al turismo, y no de la contraria.

Por lo tanto, estaríamos dando alas a esta nueva tendencia, tan negativa para los resultados de la industria del turismo en nuestra tierra. Por eso, aun aceptando la proposición no de ley de Ciudadanos, creemos que es seguirle el juego a los que quieren ver que hay un problema con la llegada de turistas.

La realidad, señor Funes y el resto de portavoces, es que nosotros llevamos años, años, diciendo que nuestro objetivo es que vengan más turistas a nuestra tierra. Y ahora que vienen ¿algunos hablan de problema?

¿No vamos, además, —y acaba de venir el señor consejero de asistir— a todas las ferias nacionales e internacionales para buscar turistas que vengan a Andalucía precisamente a generar empleo? ¿Y ahora, cuando vienen, resulta que son un problema?

Desde el Partido Popular nosotros no vamos a estar nunca de acuerdo con esa tesis. No podemos admitir ningún planteamiento que parta de la premisa de que la llegada de turistas es un problema, porque además, ahora mismo en Andalucía eso es un problema ficticio. Lo que sí estamos de acuerdo es lo que hemos dicho: en estudiar, en analizar... Porque en los principales focos turísticos de nuestra tierra siempre ha habido mucha gente: en Córdoba, en Granada, en Sevilla, en la Costa del Sol... La llegada masiva de turistas a nuestra tierra nunca ha sido un problema, y lleva siendo una realidad muchos años.

¿Cuál es el planteamiento nuestro, del Partido Popular? Pues que se utilicen todos los focos de atracción histórica para ampliar la llegada de turistas a otras zonas que históricamente no recibían a los turistas. Porque no se puede ir, por poner un ejemplo —y lo voy a poner de mi compañero Antonio Saldaña—, en la sierra de Cádiz, un turista, sin haber estado en la costa de Chiclana, o viceversa. Y porque no se puede visitar la sierra norte de Sevilla —por poner otro ejemplo de mi compañero Jaime Raynaud—, que se sienta atraído un turismo asiático sin visitar la sierra de Sevilla.

Por lo tanto, no tenemos un problema con los turistas en Andalucía, tenemos una oportunidad. Sí estamos dispuestos a estudiar para promoción, a estudiar para atraer a más turistas, a potenciar los destinos turísticos para que los beneficios se repartan entre todos los focos turísticos del resto de Andalucía... Y el Partido Popular no va a estar nunca de acuerdo en considerar el turismo un problema.

Por eso vamos a apoyar la proposición no de ley, pero pedimos que se considere, señor Funes, nuestra enmienda; entre ellas, la de que hay que aprovechar, promocionar nuestra tierra, aprovechando el potencial de nuestros principales focos de atracción turística, además del resto de enmiendas que me imagino que ahora se posicionará.

Nada más y muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Alarcón.

Por el Grupo Socialista, la señora Bustinduy.

### La señora BUSTINDUY BARRERO

—Gracias, presidente.

Nosotros consideramos que esta proposición no de ley abunda sobre otras iniciativas de otros grupos parlamentarios, que ya hemos visto en la comisión, e incluso la moción que vimos en el pasado pleno.

Y, por tanto, va en esa línea. Va en la línea de una preocupación en la que coincidimos todos, y una manera de entender cómo se debe resolver, o ir resolviendo, este tipo de preocupaciones. Preocupaciones con minúscula; yo también coincidí con la señora Alarcón que la preocupación va a más a hacer una mejor redistribución, coincidente con la planificación que está haciendo el Gobierno de la Junta de Andalucía, más que una preocupación sobre un exceso de carga, que todavía en este territorio no está ocurriendo, y mucho menos, y mucho menos, una percepción negativa por parte de nadie aquí en nuestra tierra.

Y abunda también en las líneas estratégicas que la consejería se ha marcado en los últimos años, que están englobadas en el Plan Estratégico de Turismo Sostenible Horizonte 2020. Porque es que los destinos son cada vez más conscientes de la necesidad que tienen de tener información para controlar, evaluar resultados, determinar desviaciones, reorientar, si es necesario, sus políticas turísticas. Y Andalucía a todo esto ha venido dando respuesta a través de un sistema de indicadores que tiene establecido —la SAETA sabéis que funciona, que es el Sistema de Análisis de Estadísticas de Turismo de Andalucía—. Y se está trabajando en esa dirección, en la dirección de que Andalucía como destino evolucione de una manera sostenible.

Es decir, existe ya una herramienta que permite identificar cuáles son los principales aspectos del destino turístico andaluz que requieren determinadas actuaciones para su correcto desarrollo. Pero es que además de eso, este sistema de indicadores también permite elaborar un diagnóstico previo de la situación real. Y además de superar el mero diagnóstico, permite también controlar, evaluar resultados, determinar desviaciones, si fuera necesario, de las políticas turísticas.

Por lo tanto, nosotros estamos de acuerdo con el planteamiento que se dice de desarrollar e implementar el sistema de indicadores. Sería insistir en el desarrollo —o en la implementación, en realidad porque se está haciendo; sería insistir en ello—, pero entendemos que en este caso lo que mucho abunda no hace daño.

Y es verdad que tenemos debilidades, debilidades reconocidas aquí por el propio consejero. Decir, es verdad, que en muchos casos hay una mayor presión turística en algunos puntos. ¿Debido a qué? A la estacionalidad, que ocurre que en un momento determinado del año, en un territorio determinado, aumenta la carga. ¿Cuál es el trabajo y cuáles son los objetivos que el Gobierno de la Junta de Andalucía se ha ido planteando a través de los distintos planes? Precisamente levantar esa presión de ese territorio y redistribuir territorialmente al turismo. Es decir, jugar con el tiempo y con el territorio para ir reequilibrando la carga por un lado, y por otro lado, el que otros territorios puedan también tener los beneficios que le puede dar esta actividad económica tan importante.

Para eso está también el II Plan de Choque contra la Estacionalidad, que ya sabemos que está funcionando y que está asociado, además, a un sistema de indicadores para su seguimiento. Están las estrategias para la gestión de la estacionalidad turística... Es decir, hay herramientas que van trabajando para paliar los efectos desfavorables que puedan derivarse de la estacionalidad; y así, como un objetivo que la consejería se ha propuesto, favorecer una articulación económica y social que sea ambientalmente sostenible, de los flujos turísticos en Andalucía. Porque a sabiendas de que no hay que actuar solo sobre la demanda, sino también garantizar ese desarrollo equilibrado de la oferta. E incluso, está planteado este instrumento que propone cuatro líneas estratégicas que van dirigidas a la oferta, a la demanda, al turismo social y la competitividad.

Y luego, hay otro instrumento complementario, que es la Estrategia Integral de Fomento del Turismo Interior Sostenible de Andalucía, que ya digamos que cierra ese círculo. ¿Por qué, qué está haciendo? Porque

está configurado para que las actuaciones encaminadas al desarrollo de las áreas de interior estén favorecidas por esta herramienta tan importante, de tal manera que el potencial turístico que tienen las zonas de interior se puedan desarrollar también positivamente a nivel turístico y, por lo tanto, a nivel de generador de economía y empleo.

Y lo hemos visto. Este verano, por ejemplo, Jaén ha tenido los mejores datos de su historia, en pleno verano, en plena época estival, siendo un municipio y una zona de interior. Y es que están dando resultado estas estrategias.

En cuanto al punto 3, hemos presentado una enmienda que se la hemos pasado a..., *in voce*, que se la hemos pasado al proponente, y que dice: «Apoyar a las empresas turísticas que desarrollan su actividad en las zonas con mayor capacidad de carga, a través de una mayor apuesta por mejorar la conectividad y el transporte público en los destinos, así como a incrementar la promoción y visualización de los mismos en las distintas ferias y congresos profesionales».

Y, en cuanto al punto 4, por supuesto también decir que, por supuesto, estamos de acuerdo en el sentido de que va en la línea también de la consejería, puesto que la consejería elabora planes especiales que refuerzan la promoción de los destinos que necesitan más, mayor promoción y mayor visualización. Y, en ese sentido, nosotros, por supuesto, pues, estamos de acuerdo con este planteamiento que es, por supuesto, también entra dentro de lo que es el plan de *marketing* Horizonte 2020 establece como estrategia promocional de la consejería. Es decir, que va absolutamente en línea y nosotros vamos a apoyar la proposición no de ley. Y estamos también, pues, a la espera de que el proponente nos diga si acepta la enmienda del punto 3.

Nada más y muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Bustinduy.

Recordarle que si el portavoz del Grupo de Ciudadanos acepta la enmienda, la traiga usted, la enmienda *in voce* por escrito a la Mesa, señora Bustinduy.

Señor Funes, tiene usted la palabra, tiene que pronunciarse sobre las enmiendas, tanto del Partido Popular como de la *in voce* que ha presentado ahora la portavoz del Grupo Socialista.

Nada más y vamos, adelante.

### El señor FUNES ARJONA

—Gracias, señor presidente.

Señora Alarcón, no he pretendido ser, dar una imagen de miedo ni de extremismo con esta propuesta. Es decir, no, para nada hay un miedo ni un rechazo a los millones de visitantes, que tienen la suerte también de acertar en su elección. La propuesta no va tanto orientada hacia la cantidad que viene, —de hecho, expresamente he dicho que nos parece bien que vengan, y que vengan más—, sino que el objetivo es que se distribuyan mejor, que se distribuyan mejor. Creo que esa es el espíritu e, incluso la letra de esta propuesta. Porque me reconocerá que si el turismo está más distribuido, las grandes capitales, los grandes núcleos, los grandes focos turísticos no van a perder nada, sino que la gente, lo queremos poner en

aquellos lugares que teniendo recursos suficientes para recoger más visitantes, les falta. Y es ahí donde quiero poner el acento.

Y, luego, a veces también le quiero contar, le quiero comentar que cuando alguien toca un tema, no tiene por qué ser ya un problema, pero hay que adelantarse, por si acaso, por si acaso. Cuando uno llega a un problema y lo tiene encima, las medidas son de urgencia, las medidas son..., ya no van a ser buenas porque no se hace con la suficiente reflexión, con el suficiente análisis. Entonces esto, de paso, por si se dieran algunas circunstancias en algunos núcleos determinados de determinados lugares, podemos decir, le vamos a dar a usted la posibilidad de escoger tal sitio que está muy cercano y de esa manera podría también aliviar determinadas zonas que en determinados momentos o en momentos quizás, ya cada vez más, más, —digamos— más amplios, pues, pudiera suponer... Pero, no es ni miedo, ni rechazo, ni crítica a que nos visite, que nos visiten, los millones que nos visiten y que vengan todavía más. Pero, si podemos incorporar a ese conjunto a otros lugares que tienen posibilidades, y que merecen y pueden recibir más, pues, vamos a poner la lupa sobre ellos, ese es el objetivo.

Señora Bustinduy, gracias de todas formas por el tono y por cómo ha desarrollado su exposición.

Claro que ha venido esta iniciativa más veces, pero si es que en un parlamento quién llega con una iniciativa y dice, un mirlo blanco, esto no ha venido nunca. Estamos continuamente, continuamente trayendo cosas que han venido. La cuestión no es si han venido sino lo que se propone es nuevo. Y yo creo que aquí, bueno, alguna cosita nueva se dice. ¿Se puede estar haciendo? Tampoco le voy a discutir que se pueda estar haciendo; pero, en fin, vamos a que se note más que se está haciendo, y a que esos lugares sean susceptibles, que son susceptibles de recibir más gente, noten que realmente se les está promocionando para subir —digamos— su capacidad de recibir gente.

¿Las propuestas que ustedes..., las enmiendas que ustedes me hacen? Pues acepto la enmienda del Grupo Socialista, con una modificación fruto de una transaccional que le hago al PP, que es la siguiente: el punto 6, cuando dice «aprovechar el potencial turístico...» -etcétera, etcétera, etcétera—, añado solamente una palabra, «la recepción sostenible de turistas», y elimino el resto. Mantengo prácticamente la literalidad de la propuesta, ahora se lo hago llegar. Simplemente añado la palabra sostenible, en cuanto a la recepción de nuevos turistas, que venga lo mejor pero, de turismo sostenible, porque, en fin, yo creo que eso es un término ya aceptado y asumido por todos, ¿verdad?

Y, pues, creo que..., las otras dos, una que es cambiar el punto al aceptar la propuesta del PSOE, ya no tiene sentido llamar a una, cuatro, cinco, seis, porque ya se han agrupado en un solo punto. E introduzco en una enmienda que usted me hace, que es la número, la número 2, apartado 2 del punto 3, usted dice que ese diseño de mayores comunicaciones y de mejores comunicaciones se haga de acuerdo con los ayuntamientos, o con las localidades. Bien, me parece adecuado, claro, que esto no es una imposición de la Administración, sino que es una cosa consensuada con todos los agentes.

Por tanto, se quedaría la propuesta con cuatro puntos: dos puntos literales que se mantienen; un tercer punto, que es la enmienda del PSOE con un solo añadido —si quieren, ahora se lo digo: después de «...mejorar» habría que decir «en colaboración con los municipios afectados»—, que es donde hago la introducción de esa transaccional que le he comentado al PP.

«Apuesta por mejorar en colaboración con los municipios afectados la conectividad y el transporte». Todo lo demás sigue igual.

Y el punto 4, sería la enmienda, lo que el PP proponía, la señora Alarcón proponía como punto 6, con un añadido en la quinta línea: usted leerá «favorable a la recepción de nuevos turistas». Pues..., ahora si eso lo repito, «... favorable a la recepción sostenible de nuevos turistas». Y ahí se terminaría el punto.

Señora Bustinduy, su punto 3, solamente le hago un añadido...

[Intervención no recogida.]

Vale. El 6 quedaría tal cual, simplemente que después de «recepción» se añade «sostenible de nuevos turistas», y ahí se quita el punto, ahí se termina. Serían cuatro, este sería el cuarto. «Favorable a la recepción sostenible de nuevos turistas», y ahí acaba el punto, y ahí acaba, ¿vale?

Y muchas gracias por su apoyo.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Los portavoces de los grupos proponentes, de propuestas, ¿aceptan las...?, lo aceptan, ¿no?

Sí, tienen ustedes que entregar aquí la enmienda del PSOE, y también las enmiendas..., es decir, cómo quedaría. El PSOE tiene que entregar a la Mesa su enmienda *in voce*. Y el señor Funes, le pedimos que si puede por escrito, lo traiga.

Bueno, yo creo que ha quedado claro...

### El señor TERRÓN MONTERO, LETRADO DE LA COMISIÓN

—Lo único que no tengo es físicamente la enmienda socialista.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Exactamente, bien, de acuerdo, vale. Pues, entonces, vamos a someter a votación la proposición no de ley tal como ha quedado...

[Pausa.]

Bien, señorías, pues entonces vamos a pasar a votación la proposición no de ley con las modificaciones de las enmiendas que cada grupo ha planteado, aceptadas por el portavoz de Ciudadanos, con las transaccionales y la enmienda *in voce* del..., la enmienda del PP, la enmienda *in voce* del Partido Socialista y la aceptación con las transaccionales que ha planteado el portavoz de Ciudadanos.

Se inicia la votación.

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

La señora Bustinduy había, me había pedido la palabra.

### La señora BUSTINDUY BARRERO

—Sí, no quería dejar pasar antes de marcharnos hoy, de finalizar la comisión, intervenir en nombre del Grupo Parlamentario Socialista para agradecer al letrado que nos ha acompañado desde inicio de legislatu-

ra en esta comisión su colaboración y su trabajo en esta comisión. Y, sobre todo, su talante, porque hemos tenido que trabajar mucho con dos leyes muy complejas, con muchísimas enmiendas, que dieron fruto al final: dos leyes aprobadas por unanimidad de todos los grupos parlamentarios. Y esa unanimidad llevaba detrás muchas horas de trabajo y, sobre todo, mucho moverle en los borradores al letrado las enmiendas que él solo sabe lo que tuvo que trabajar para que al final se viera la luz, como así fue.

La última Mesa que tuvimos para establecer el orden del día a esta comisión él, en su forma de ser discreta, se despidió de nosotros, puesto que cuando finalice el año —si no me equivoco—, probablemente pasará a una etapa de la vida, que merecida tiene después de tantos años trabajando. Así que por parte del Grupo Parlamentario Socialista, queremos desearle lo mejor en este nuevo tiempo que va a empezar a vivir, y reiterar nuestro agradecimiento por su espíritu colaborador y su trabajo bien hecho.

Nada más, y muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Gracias, señora Bustinduy.

Señora Alarcón.

### La señora ALARCÓN MAÑAS

—Sí, solo un minuto para sumarme, por supuesto, a las palabras de la portavoz del Partido Socialista, la señora Bustinduy. Y desearle una etapa muy feliz y muy próspera a nuestro letrado. Él ha sido totalmente un árbitro magnífico, aparte de cumplir magníficamente con su trabajo en momentos, como ha descrito antes la señora Bustinduy. Y que aproveche para hacer turismo; yo le tengo que decir que aproveche para hacer turismo del bueno, de calidad, por toda nuestra magnífica comunidad autónoma. Y, si va por Córdoba, estaré encantada de recibirle y atenderle personalmente.

Y, de paso, aprovecho para dar las muestras de agradecimiento, en nombre de mi compañero Antonio Garrido, porque sé que ha habido muchas muestras, y todavía, de interés por su salud que, afortunadamente creo que está, por lo menos, bien, estable y parece que va mejorando. Así que, gracias a todas las personas que nos han preguntado por él.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Muy bien.

### El señor FUNES ARJONA

—Pues, yo, sumarme también a mis compañeras. Decir que le he conocido hace poco —¿no?, dos años y algo—, al letrado que, además es paisano, y me ha parecido una persona seria, rigurosa, sabiendo estar, con calma, con estilo y, simplemente le deseo que los años de jubilación, de júbilo, que son años de alegría,

los pase bien. Y no sé si se va a quedar en Sevilla o se viene para Granada, que es una tierra que siempre acoge muy bien a los suyos. *[Risas.]* Compartirá, ¿no?

Pues, muchas gracias.

### El señor PIZARRO MEDINA, PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

—Bien, señorías, yo también como presidente de la Mesa quiero sumarme a las intervenciones de los grupos de portavoces. En nombre de la Mesa, yo creo que Javier ha hecho, como letrado, un magnífico trabajo. A mí me ha ayudado mucho; yo no tengo mucha experiencia en esta materia precisamente, ¿no? Y creo que su talante, como se ha manifestado por los portavoces, su profesionalidad, su manera de entender el trabajo parlamentario, de facilitarle el trabajo a la Mesa, de facilitarles también el trabajo a los grupos parlamentarios y a los miembros de la Mesa, digo, a los miembros de esta comisión, creo que ha quedado suficientemente de manifiesto. Y yo me sumo a esa petición, Javier, para que, letrado, para que, efectivamente en esa nueva etapa en la que ya algunos estamos muy cerca de ella, *[risas.]*, muy cerca de ella, de ella también, te vaya bien, ¿no?

*[Se levanta la sesión.]*

