



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2000

VII Legislatura

Núm. 103

ECONOMÍA Y HACIENDA

PRESIDENCIA DEL EXCMO. SR. D. SANTIAGO LANZUELA MARINA

Sesión núm. 9

celebrada el martes, 21 de noviembre de 2000

	<u>Página</u>
ORDEN DEL DÍA:	
Proposiciones no de Ley:	
— Relativa a la transparencia de servicios y tarifas en el mercado de las telecomunicaciones. Presentada por el Grupo Parlamentario Socialista. (Número de expediente 161/000128.)	2988
Comparecencia del señor secretario de Estado de Comercio y Turismo (Costa Climent) para informar sobre:	
— La evolución del comercio exterior y del turismo. Comparecencia cuatrimestral, previa remisión del informe correspondiente. (Número de expediente 212/000312.)	2993
— Las líneas generales de la política de su departamento. A solicitud del Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida. (Número de expediente 212/000031.)	2993

— La intención del Gobierno de realizar una mayor liberalización de los horarios comerciales y de las consecuencias económico-sociales de esta medida. A solicitud del Grupo Parlamentario Mixto. (Número de expediente 212/000049.)	2993
---	-------------

Se abre la sesión a las diez y cuarenta y cinco minutos de la mañana.

PROPOSICIONES NO DE LEY:

- **RELATIVA A LA TRANSPARENCIA DE SERVICIOS Y TARIFAS EN EL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. PRESENTADA POR EL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA. (NÚMERO DE EXPEDIENTE 161/000128.)**

El señor **PRESIDENTE**: Se abre la sesión.

En primer lugar, vamos a tratar el debate y votación de la proposición no de ley del Grupo Parlamentario Socialista, relativa a la transparencia de servicios y tarifas en el mercado de las telecomunicaciones. Para su defensa, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista, señor Eguiagaray.

El señor **EGUIAGARAY UCELAY**: Voy a empezar por decir que vengo a defender esta proposición no de ley con una gran convicción y espero también trasladarla al resto de los grupos parlamentarios. Se trata de una propuesta extraordinariamente constructiva que tiene como objetivo obtener el apoyo de otros grupos parlamentarios. No es una propuesta para polemizar, es una propuesta para hacer algo en defensa de los consumidores, de los ciudadanos, frente a los poderes excesivos que existen y seguirán existiendo, frente a la confusión que en materia de competencia en el mercado de las telecomunicaciones existe, frente a la ignorancia que, en ocasiones, es el resultado del exceso de información o de información inadecuada.

Nadie discute a estas alturas que en el mercado de las telecomunicaciones hay una incipiente competencia, pero creo que ni los más entusiastas por el proceso seguido podrían estar satisfechos del nivel de competencia que se ha alcanzado y muchísimo menos de que la competencia que se ha conseguido introducir en el mercado de las telecomunicaciones haya llegado en su totalidad al ciudadano para mejorar su bienestar. El objetivo para quienes nos preocupa el bienestar de los ciudadanos es obtener una competencia que sea real y, al mismo tiempo, leal; significa que haya, entre otras cosas, transparencia en el mercado y que finalmente, como resultado de esa competencia leal, real y transparente, se pueda mejorar la situación de las personas que

utilizan un bien a estas alturas de nuestra vida tan esencial como es el teléfono u otros mecanismos de telecomunicación para obtener, mejorar o ampliar la relación con otros seres humanos.

Este no es el momento, y lo haría con gusto, de analizar las limitaciones con las que en España se ha ido introduciendo competencia en el mercado de las telecomunicaciones, ni siquiera las limitaciones que tiene esta competencia. Es bastante sencillo poner de manifiesto algunas de estas limitaciones que hoy siguen formando parte de la información de cada uno de los días: retrasos en anuncios que se habían producido, portabilidades de teléfonos que no llegan, cuotas de interconexión entre proveedores de servicios o de red que hacen desistir a algunos operadores de la oferta de determinados servicios, etcétera. Pero no me voy a referir a ese tipo de cuestiones, sino que me voy a analizar exclusivamente uno de los aspectos de los que depende la competencia. Por tanto, se trata de una proposición que tiene, sin duda alguna, objetivos limitados, pero que son claramente indispensables para la existencia de una competencia real.

Lo de la competencia es una expresión que forma parte de lo que ya todo el mundo da por bueno, al menos en determinadas áreas de la vida social, en aquellas que son susceptibles de integrar un mercado. Probablemente, si en física hay una ley fundamental, que es la ley de la entropía, en economía hay una ley de la entropía también que hace que lo menos frecuente, lo menos natural sea precisamente la existencia de condiciones de competencia y mucho más de competencia perfecta. En economía la ley de la entropía es el monopolio o la competencia monopolística, no la competencia perfecta de los libros de texto. El estado natural, por tanto, es algo que tiende a parecerse a un mercado o a un cuasi mercado en el que existen poderes, casi siempre exorbitantes, que impiden que los efectos de la competencia puedan difundirse hacia todos los operadores.

Detrás de cada operador, como sabemos desde Adam Smith, hay un candidato a monopolista que, si es bien educado, hará un impecable discurso sobre las excelencias de la competencia mientras trata de que desaparezcan todos sus competidores por todos los medios, incluidos los legítimos. Pero cuando uno analiza lo que está ocurriendo y la manera que adopta la competencia en nuestro país, se hace difícil no hacer referencia a algunas técnicas que hoy forman parte del común conocimiento de la gente; técnicas que hemos ido apren-

diendo, unos por profesión, otros por vivir muchos años y otros simplemente por ver la televisión durante mucho tiempo. Los que nos iniciamos en la publicidad escuchando los anuncios de Cola-cao hace ya muchísimos años hemos seguido la evolución de la publicidad, sobre todo a través de los anuncios de detergentes, que han evolucionado extraordinariamente pero básicamente con el mismo mensaje; y la madurez publicitaria casi la hemos adquirido viendo cómo podía seguirse vendiendo prácticamente lo mismo con formas radicalmente distintas, con técnicas de lo que hoy se suele llamar la fidelización de los clientes. Esto ha llegado a ser tan común, el que la mayor parte de la gente dé por buenas las técnicas de fidelización, que sin duda alguna puede ser susceptible de producir algunos efectos positivos, pero tiene un objetivo fundamental, y es el de crear barreras de entrada en el mercado y el de generar también dificultades y costes para quienes ya son clientes cautivos o clientes fidelizados por las empresas que venden un determinado bien o un determinado servicio. La publicidad, señorías, como todos saben, no equivale a más información, en ocasiones equivale a desinformación y, desde luego, es una cosa bastante desacertada analizar la intensidad de la competencia en un mercado por el número de *spot* televisivos que se producen.

Como dice la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en un reciente informe, analizar cuánta competencia existe en un mercado por la cuota de mercado que tiene cada uno de los operadores es algo bastante absurdo. Sin duda alguna, hay que analizar el número de operadores, pero hay que analizar también si existen barreras de entrada, si existe integración de negocios, por ejemplo, entre redes de telefonía fijas y móviles o entre explotación de la red y comercialización de los servicios; qué relación existe entre los precios y los costes, cuáles son los niveles de rentabilidad, si queremos ver efectivamente cuánta competencia efectiva se produce en el mercado de las telecomunicaciones. Les daré algunos datos de hasta dónde se puede llegar en esta materia. Según estos datos que no me he inventado yo sino que figuran en el informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones para el año 1999, en el conjunto del sector se gastó la nada desdénable cantidad de 118.700 millones de pesetas solamente en publicidad, y esas cifras desde luego no tienden a disminuir en el año 2000, sino, por el contrario, a aumentar. Un 42 por ciento de ese gasto fue destinado a la publicidad de la telefonía móvil, un 36 a la fija y un 16 a la audiovisual. Estamos, por tanto, ante cantidades que están destinadas naturalmente al beneficio propio de cada uno de los operadores, de acuerdo con su leal saber y entender, pero que pueden producir efectos que son en ocasiones muy distintos a los que en teoría se pueden atribuir a la publicidad (que son la información de las buenas características de un producto, de un bien

o un servicio), como generar confusión e incluso efectos que son los de la restricción de la competencia.

Déjenme que les dé dos datos, antes de seguir con este tema, sobre lo que ha venido ocurriendo en el mercado de las telecomunicaciones en estos años. Tomando exclusivamente como índice la cuota de mercado medida a través del número de abonados o a través del tráfico en minutos, por ejemplo, uno podría llegar a la conclusión de que en estos dos últimos años ha aumentado sensiblemente la competencia en materia de móviles. Es verdad que España ha sido uno de los países donde el crecimiento de los móviles ha sido más espectacular en Europa entre el año 1999 y 2000. Si uno analiza lo que ha ocurrido en móviles, resulta que el tráfico del operador dominante de Telefónica móviles, medido en minutos entre 1998 y 1999 no solamente no ha disminuido, sino que ha aumentado, ha pasado de tener una cuota del 65 por ciento a tener una cuota del 67 por ciento. Por el contrario, Airtel, que tenía el 35 por ciento en 1998, ha pasado a tener el 30 por ciento, y Amena, que es el que entra en ese momento, del 0 al 3 por ciento. Resultado distinto se obtiene si se analiza exclusivamente en forma de abonados. Con esto les quiero decir que lo de la competencia es una cuestión extraordinariamente compleja, que desde luego está muy lejos de poderse medir exclusivamente por la existencia de anuncios más o menos complejos en los medios de comunicación. Como está lejos de poderse medir adecuadamente por el hecho de que, según nos dice la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en nuestro país la cesta típica de los españoles, lo mismo la residencial que la de negocios, tiene un menor valor entre los países de la Unión Europea. Es decir, medido por las tarifas españolas, la cesta de consumo de servicios de telecomunicación residencial o comercial sería la menos costosa de todos. Esta es una conclusión que nos llena de inmensa satisfacción. Significaría que tenemos los teléfonos relativamente más baratos para esa cesta. Claro, que el resultado que se obtiene si uno analiza la evolución del índice de comunicaciones por el índice de precios de consumo armonizado, es bien distinto. Por ejemplo, a finales del año 1998, diciembre sobre diciembre, el índice de precios de comunicaciones en España se elevó un 6 por ciento sobre el año anterior en el preciso momento en que la media de la Unión Europea caía en algo menos de un 1 por ciento, pero caía. Es decir, que lo que hacíamos era aumentar el diferencial de precios en relación con otros países. Es verdad que en 1999 las cosas han ido mejor, y es verdad que en 1999 hemos tenido una mejor evolución de los precios en esa dirección, pero incluso en diciembre de 1999 la caída de precios en España era del 3,2 por ciento, cuando en Europa estaba cayendo un 5,1 por ciento y en algún país, como Alemania, estaba cayendo el 9,3 por ciento en términos interanuales. Todavía ahora, con datos de octubre —el último índice de precios de consumo armonizado salió

ayer, en términos comparativos—, la caída en los precios de las comunicaciones en España ha sido del 4,4 frente a una caída en Europa del 5 por ciento. Es decir, que en cualquiera de los casos no estamos evolucionando, a juzgar por los resultados de este período, de la manera que nos podría gustar probablemente a casi todos.

A partir de aquí, ¿qué les quiero decir? Que, sin entrar en este momento en cosas extraordinariamente complejas como son los cambios regulatorios a los que tiene que proceder la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, debiéramos prestar atención a algunas de las cosas que la propia Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones nos dice y debiéramos prestar atención a algunas de las cosas que son denunciadas no por la oposición, sino por quien tiene la función de velar por que en ese mercado opere una competencia y lo haga de manera transparente. Este es el sentido de la proposición no de ley que presenta mi grupo hoy, el tratar de hacer que los ciudadanos no se sientan en una confusión permanente.

He traído a esta Comisión, señor presidente, una de las múltiples revistas que han proliferado en nuestro país y que explican semana tras semana al consumidor que quiere entrar en la inextricable fronda de las tarifas de las telecomunicaciones qué significa contratar servicios de telecomunicaciones fijos o móviles. Les podría hacer unas fotocopias. Supongo que habrán pasado por este trance ustedes alguna vez cuando han tenido que decidir si seguían con el operador dominante o pasar a algunos de los nuevos operadores, si tenían que decidir entre una tarifa con tarjeta o sin tarjeta, si en su mayoría iban a hacer llamadas provinciales, locales, internacional o interprovinciales y, finalmente, si querían un horario de un tipo o de otro. Después de analizar todo eso y de haber comparado las múltiples combinaciones, lo más deprimente es observar que todo su análisis y todo su esfuerzo no servía de nada la siguiente semana porque la tabla de tarifas se había modificado y naturalmente su análisis había cambiado en función del último *spot* televisivo que acababan de ver el día anterior. Esto es lo que está ocurriendo: esta sensación de sentirse completamente idiota cuando se es incapaz de entrar en una fronda en la que proliferan auditores que le aconsejan a uno. Incluso hay quien, con ventaja económica, ha sido capaz de empezar a vender aparatos para quien los puede pagar que se pueden instalar en casa y permiten seleccionar en cada momento el operador más económico. Todo esto está bien lejos de la transparencia. Si han tenido la desgracia de que les pidan consejo para saber cuál era la tarifa que más convenía a alguna persona que se introducía en la telefonía móvil o en la telefonía fija incluso, se habrán sentido con la misma sensación de impotencia y sobre todo de responsabilidad con la que al menos yo me he sentido en varias ocasiones, no siendo capaz de decirles qué era lo que mejor podía convenir a su interés.

Hubo un tiempo, en otro sector que está en este momento en competencia, que es el sector financiero, en que las cosas fueron de parecida manera. Hubo un tiempo en que la publicidad de los servicios financieros de los bancos abrumaba los medios de comunicación y desde luego a los ciudadanos ofreciéndoles hipotecas cada día más baratas, cuentas corrientes con intereses más altos, libretones absolutamente espectaculares y semejantes ofertas. Naturalmente ninguna de las ofertas era comparable con ninguna otra, pero todas ellas eran las mejores posibles. Hasta tal punto la heterogeneidad era grande que una publicidad, que sin duda alguna no pretendía engañar, producía el resultado objetivo de engañar porque ni los tipos de interés estaban considerados de manera homogénea ni se referían a las mismas magnitudes ni incluían o excluían las mismas comisiones, de tal forma que el operador, mejor dicho el árbitro de ese mercado, que es el Banco de España, tuvo que proceder a la puesta en vigor de algo que se llama la TAE, algo a lo que nos hemos acostumbrado cada vez que comparamos una hipoteca, la del banco equis con la del banco zeta, que hoy forma parte de los elementos básicos de la homogeneización en las tarifas o en los tipos de interés. No pedimos otra cosa más que tener algo parecido, una suerte de TAE en el mercado de las comunicaciones. Estamos hablando de una cosa absolutamente básica, en la que el crecimiento de cada uno de los operadores no puede hacerse sobre la creación de una fronda absolutamente imposible de desentrañar para la mayor parte de los ciudadanos.

Termino, señor presidente. La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones nos ha advertido ya en varias ocasiones en su último informe de los riesgos que genera la existencia de técnicas de fidelización en relación con la creación de un mercado transparente, de un mercado de competencia; en alguno de sus párrafos denuncia incluso algo que, como sabemos, ha sido condenado por el Tribunal de Defensa de la Competencia, en relación con las actuaciones de Telefónica de España, con los planes de descuento. De esto se hace eco también la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones hablando de la imposibilidad de seguir por esa vía que desnaturaliza lo que tendría que ser una política de descuentos, pero una política de rebajas generalizadas hecha por el operador dominante para impedir la existencia de competencia por parte de los demás. Incluso nos dice —cito textualmente—: La complejidad creciente de la oferta al usuario incrementa las dificultades del usuario, tanto para seleccionar la oferta que mejor se adecua a sus necesidades como para comprobar la correcta aplicación de los precios contratados con los operadores. Esta es la descripción que hace la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de la competencia efectiva y de los problemas en esta dirección, hasta el punto de que la propia Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones —no sé si antes o después de que lo dijera el Grupo Parlama-

rio Socialista, pero en todo caso me alegro de coincidir en esto— dice que sería deseable un sistema de información que, sin incorporar valoración comparativa alguna, ofrezca sin embargo al usuario la capacidad de conocer ordenadamente las ofertas vigentes en el mercado con la vista puesta en la implantación de mecanismos que permitan conocer desde el propio terminal la tarifa aplicable.

Señor presidente, estamos pidiendo que alguien, el árbitro del mercado, que es la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, asuma la obligación que por otro lado parece querer asumir; sería bueno que refrendáramos desde la Comisión de Economía y Hacienda esta intención de elaborar un índice de medida que permita, mediante su publicación periódica, que los ciudadanos sepan quién ofrece qué y cuánto cuesta, de tal manera que ofertas más homogéneas, estandarizadas, den lugar a una información que no sea la mayor de las confusiones, hecha en nombre de la mayor información, que no es sino una manera de ocultar lo que debe ocurrir en un mercado transparente. Esto es lo que solicitamos, señor presidente, y nada me gustaría más, con independencia de que discutamos en el futuro sobre si el Gobierno lo hace mal, bien o regular, que coincidir con el Grupo Popular en esta materia. En este momento no estamos haciendo una denuncia de ningún tipo, será un debate de otro momento, estamos tratando de coincidir en algo que me parece que es absolutamente elemental: defendamos, por favor, a los consumidores, no hagamos que la competencia les complique la vida todavía más de lo que ya nos la complica a todos.

El señor **PRESIDENTE**: Por el Grupo Mixto, tiene la palabra el señor Puigcercós.

El señor **PUIGCERCÓS I BOIXASSA**: Intervengo brevemente para dar nuestro apoyo a esta iniciativa.

En la línea de lo que ha expuesto el señor Eguiagaray, me viene a la memoria ese anuncio de los planes claros que hacía una empresa de telefonía móvil y que de claros no tenían nada, eran opacos, por no decir oscuros, era imposible desentrañar cuál era la cuota definitiva que se tenía que pagar. Esta es una selección que agrava la situación de la mayoría de pequeños consumidores, porque las compañías ofrecen condiciones de pago mejores para lo que podríamos llamar clientes de lujo, grandes empresas o para los que, como ha dicho muy bien el señor Eguiagaray, pueden pagarse las centralitas que descodifican y codifican las mejores tarifas, los mejores precios, cosa que no pueden hacer la mayoría de los consumidores. Por estas razones, vamos a votar a favor de esta proposición no de ley del Grupo Socialista.

El señor **PRESIDENTE**: Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra el señor de Juan.

El señor **DE JUAN I CASADEVALL**: Procuraré ser breve. De entrada, quiero subrayar una coincidencia que nos une con el Partido Socialista, autor de esta proposición no de ley objeto de debate, que es sin duda la preocupación por el mercado de las telecomunicaciones, la preocupación por las condiciones de competitividad en beneficio de los consumidores y que es sin duda la preocupación por la transparencia en la prestación de los servicios de telecomunicaciones.

No es ocioso recordar que el Gobierno y el grupo parlamentario que le presta apoyo se han mostrado siempre muy sensibles en esta materia, como tampoco es ocioso recordar que el Gobierno y el grupo parlamentario que le presta apoyo durante la anterior legislatura promovieron los esfuerzos necesarios para ir hacia ese mercado de las telecomunicaciones en régimen de libre competencia, y a las pruebas me remito. Hace más de cuatro años en el sector de las telecomunicaciones existía un solo operador, hoy existe una pluralidad de operadores. Por tanto, por parte del Gobierno hay una apuesta importante, secundada en ese sentido por nuestro grupo parlamentario, por optar por ese régimen de libre competencia, de competitividad en el mercado de las telecomunicaciones, muy en la línea de las reformas estructurales de las políticas de oferta que siempre ha imprimido el Ejecutivo a su acción de Gobierno.

Compartimos probablemente el planteamiento y la sensibilidad de la proposición no de ley del Grupo Parlamentario Socialista y compartimos esa preocupación por la transparencia en la prestación de los servicios de telecomunicaciones. Sin embargo, no compartimos la articulación concreta de las medidas que propone en la parte resolutive la proposición no de ley objeto de debate. En primer lugar, en cuanto a la primera medida que se contiene en la proposición no de ley con el número 1, hemos de señalar que los servicios y los precios de telefonía se hallan en la actualidad liberalizados desde el 1 de diciembre de 1998, por lo cual entendemos que no sería procedente el establecimiento de unas normas mínimas que rijan las ofertas de servicios de telefonía. En efecto, se hallan liberalizados desde el 1 de diciembre de 1998, fundamentalmente, por mandato legal y, concretamente, por mandato de la Ley General 11/1998, de 24 de abril, de Telecomunicaciones, cuyo artículo 2º proclama que los servicios de telecomunicaciones ostentan la condición de servicio de interés general que se presta en régimen de competencia. Se trata de un mandato legal que viene a refrendar el precedente normativo que se contenía ya en el Real Decreto 1912/1997, por el que se aprueba el reglamento técnico y de prestación del servicio final telefónico básico y los servicios portadores, y cuyo artículo 28 establecía que los operadores de servicio telefónico que no estuvieran sujetos a previa autorización de la tarifa podrían fijarlas libremente y deberían comunicarlas al Ministerio de Fomento, a la Comisión del Mercado de las Tele-

comunicaciones y a las asociaciones de consumidores y usuarios con una antelación mínima de diez días a la entrada en vigor de dichas tarifas. Bien es cierto que la propia Ley General de Telecomunicaciones, en su disposición transitoria tercera, prevé la posibilidad de que la Comisión de Telecomunicaciones pueda transitoriamente establecer unos precios mínimos y máximos o unos criterios de fijación de esos precios en función de los costes reales de la prestación de servicios y en función del grado de concurrencia de los operadores. Obviamente, ésta es una disposición transitoria que obliga a Telefónica en tanto en cuanto es el operador mayoritario y puede, en definitiva, incidir en la actualidad en el régimen de concurrencia. Es por ello por lo que hasta la fecha esta entidad queda sometida a un régimen de precios autorizados, que posteriormente, y en agosto del año 2000, por imperativo del Real Decreto-ley 16/1999, quedaría sujeto a un régimen de precios controlados. Entendemos, en definitiva, señorías, que en este panorama legislativo y normativo probablemente desborda de la competencia de la propia Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones el establecimiento de cualquier género de norma mínima a la que deban ajustarse las ofertas de servicios de telefonía, aunque sí es competencia de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones la vigilancia de la correcta aplicación de los precios, así como la fiscalización de que los operadores se ajustan a un comportamiento competitivo leal. Por tanto, en principio, no podríamos aceptar la primera medida que propone la proposición no de ley, todo ello, insisto, sin perjuicio de coincidir en el fondo con el espíritu, con la filosofía que late en esta proposición no de ley en orden a conseguir un mercado de las telecomunicaciones transparente y con un régimen efectivo y real de libre concurrencia.

Respecto a la segunda medida que propone la proposición no de ley, tampoco seríamos partidarios de aceptarla en los términos en que aparece redactada, entre otras razones porque el consejo de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones aprobó en su momento la publicación en su página web de unos registros de tarifas y precios de los distintos servicios de telecomunicaciones que se prestan en España, desde la telefonía móvil a la telefonía fija, al acceso a Internet, al alquiler de líneas, etcétera, entre otros; es decir, la publicación en esa página web de esos datos tendría, a nuestro juicio, una doble proyección, externa e interna: externa o hacia el mercado para ofrecer una mayor transparencia de los servicios y precios de forma esquemática, fácilmente constatable, sin análisis comparativos ni juicios valorativos de ningún género; y, en segundo lugar, una trascendencia o proyección interna para la propia Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en la medida en que le permitiría cumplir las funciones que legalmente tiene encomendadas de efectuar el seguimiento y supervisión de las tarifas vigentes en el mercado de las telecomunicaciones, sirviendo de base

para análisis comparativos y de evolución de precios. Para presentar esta información sobre las tarifas de cada operador se ha definido un modelo tipo y precisamente este modelo tipo se aplica a todos los operadores, facilitando en ese sentido la consulta por los distintos usuarios y, si así lo desean, la comparación de una forma homogénea de las diferentes tarifas ofrecidas en el mercado. En la actualidad, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones se encuentra en el proceso de incorporación de esa información relativa a los operadores, y el registro y la recopilación en la futura publicación de esa información relativa a tarifas y servicios de los distintos operadores se realiza al amparo de esas normas citadas y básicamente también de las normas establecidas en el otorgamiento individual de licencias de los operadores que se sujetan a la previa comunicación de tarifas. Por tanto, entendemos que con ese requisito de publicidad en página web a través de esos modelos tipo que permita un análisis comparativo, objetivo y fácilmente constatable por parte del usuario se cumplimenta ese requisito de transparencia del mercado de las telecomunicaciones que preocupa al Grupo Socialista y que, sin lugar a dudas, preocupa también a nuestro grupo. Entendemos, por tanto, que se garantizaría con esa publicidad en la página web la transparencia del mercado de las telecomunicaciones y que el mismo se desarrolle en unas condiciones reales y efectivas de competencia.

Por último, y en lo referente a la tercera medida —insisto en ello, compartiendo la filosofía de la proposición no de ley—, no compartimos que sea procedente publicar los precios en el Boletín Oficial del Estado. Quizá hablar de un régimen de libre concurrencia y de liberalización de precios y, al mismo tiempo, de publicación en el Boletín Oficial del Estado, es, en cierto modo, antitético o contradictorio. Entendemos, por tanto, que en ese escenario de liberalización de precios y de liberalización del mercado de las telecomunicaciones no deberían estar sujetas las tarifas a la publicación en el Boletín Oficial del Estado, con la única salvedad, obviamente, del caso del operador mayoritario, Telefónica, cuyos precios han de ser aprobados previamente por la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos. Obviamente, esa previa aprobación de la Comisión Delegada exige la publicación en el Boletín Oficial del Estado, es más, condicionando la eficacia de las tarifas a la publicación en el Boletín Oficial del Estado. Por lo demás, el requisito de la publicidad que señalábamos anteriormente quedaría ya en cierto modo cumplimentado con la página web, en la que figurarían los registros de los distintos operadores de servicios, de precios y, en definitiva, también de tarifas; es decir, se cumplimentaría plenamente el objetivo de la función de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones —y cito textualmente la Ley 12/1997, de Liberalización de las Telecomunicaciones— de salvaguardar en beneficio de los ciudadanos las condicio-

nes de competencia efectiva en el mercado de las telecomunicaciones, servicios audiovisuales, telemáticos e interactivos.

Por tanto, señorías, rechazamos la proposición no de ley con las tres propuestas articuladas. En concreto, sin perjuicio de ello y compartiendo la preocupación que anima la proposición no de ley del Grupo Socialista, mi grupo ha presentado una enmienda de modificación en la que se postula que en la parte resolutive de esa proposición no de ley figure como propuesta, primero, la creación de un marco que facilite a cualquier usuario llevar a cabo una comparación homogénea de los precios de los servicios de telecomunicaciones prestados por la totalidad de los operadores. Es, en definitiva, lo que supone el acuerdo adoptado de publicar en la página web de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones el modelo tipo en el que figuran las diferentes tarifas y en la que es posible una comparación homogénea de los datos para conseguir un mayor grado de transparencia en el mercado de las telecomunicaciones. Y, en segundo lugar, asegurar el cumplimiento de las obligaciones de los operadores de telefonía móvil en lo que afecta a la transparencia de precios y portabilidad efectiva, aplicando las medidas inspectoras y sancionadoras de acuerdo con las competencias que confiere la Ley de Telecomunicaciones a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Es decir, se trata de garantizar la efectividad del cumplimiento de las obligaciones de los operadores de telefonía en materia de transparencia de precios y de dar un paso más e insistir en la portabilidad efectiva, esto es, en el cambio de operador sin necesidad de renunciar al número que se utilizaba por los operadores anteriores.

Por tanto, señorías, mi grupo, partiendo de que comparte la preocupación y la sensibilidad de otros grupos, estaría dispuesto a votar favorablemente la proposición no de ley si se acepta la enmienda propuesta.

El señor **PRESIDENTE**: Señor Eguiagaray, tiene la palabra.

El señor **EGUIAGARAY UCELAY**: Quiero agradecer sus palabras tanto al representante del Grupo Mixto como al del Grupo Popular y trasladar a la Mesa y a los miembros de la Comisión la posibilidad de un acuerdo transaccional en torno a la proposición original y a la enmienda que ha sido presentada por el Grupo Parlamentario Popular, de la que solicito al señor presidente que dé lectura.

El señor **PRESIDENTE**: Ruego al señor letrado que lea la propuesta.

El señor **LETRADO**: El Congreso de los Diputados insta al Gobierno a: 1. La creación de un marco que facilite a cualquier usuario llevar a cabo una comparación homogénea de los precios de los servicios de telecomunicaciones prestados por la totalidad de los opera-

dores. A estos efectos, la Comisión Nacional del Mercado de las Telecomunicaciones llevará a cabo en su página web la publicación regular y actualizada de servicios y tarifas comparables que permitan al consumidor no especializado la comprensión de las diferentes ofertas. 2. Asegurar el cumplimiento de las obligaciones de los operadores de telefonía móvil en lo que afecta a transparencia de precios y portabilidad efectiva, mediante la aplicación de las medidas inspectoras y sancionadoras, de acuerdo con las competencias que confiere la Ley de Telecomunicaciones en su título VIII a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

El señor **PRESIDENTE**: Señor de Juan, ¿desea hacer alguna matización por el Grupo Popular?

El señor **DE JUAN I CASADEVALL**: No, sólo quiero decir, señor presidente, que mi grupo acepta la transacción en los términos establecidos.

El señor **PRESIDENTE**: Sometemos, pues, a votación la proposición no de ley con la enmienda que acaba de ser leída por el letrado de la Comisión.

Efectuada la votación, dijo

El señor **PRESIDENTE**: Queda aprobada por unanimidad.

Se suspende la sesión por cinco minutos.

Se suspende la sesión.

Se reanuda la sesión.

COMPARECENCIA DEL SEÑOR SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO (COSTA CLIMENT) PARA INFORMAR SOBRE:

- **LA EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR Y DEL TURISMO. COMPARECENCIA CUATRIMESTRAL, PREVIA REMISIÓN DEL INFORME CORRESPONDIENTE. (Número de expediente 212/000312.)**
- **LAS LÍNEAS GENERALES DE LA POLÍTICA DE SU DEPARTAMENTO. A SOLICITUD DEL GRUPO PARLAMENTARIO FEDERAL DE IZQUIERDA UNIDA. (Número de expediente 212/000031.)**
- **LA INTENCIÓN DEL GOBIERNO DE REALIZAR UNA MAYOR LIBERALIZACIÓN DE LOS HORARIOS COMERCIALES Y DE LAS CONSECUENCIAS ECONÓMICO-SOCIALES DE ESTA MEDIDA. A SOLICITUD DEL**

GRUPO PARLAMENTARIO MIXTO. (Número de expediente 212/000049.)

El señor **PRESIDENTE**: Reanudamos la sesión con el segundo punto del orden del día, relativo a las comparecencias solicitadas por varios grupos parlamentarios. En primer lugar, la cuatrimestral, previa remisión del informe correspondiente, del secretario de Estado de Comercio y Turismo que viene a la Comisión de Economía y Hacienda para informar sobre la evolución del comercio exterior y del turismo. En segundo lugar, la comparecencia solicitada por el Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida para que el secretario de Estado explique las líneas generales de la política de su departamento. Y, en tercer lugar, la solicitada por el Grupo Parlamentario Mixto para que el señor secretario de Estado de Comercio y Turismo informe de la intención del Gobierno de realizar una mayor liberalización de los horarios comerciales y de las consecuencias económico-sociales de esta medida. Si SS.SS. no tienen inconveniente, vamos a acumular las tres comparecencias.

Antes de dar la palabra al señor secretario de Estado de Comercio y Turismo, quisiera darle en nombre de la Mesa y en nombre de toda la Comisión la más cordial bienvenida y desearle una feliz estancia entre nosotros en el día de hoy, en que viene a informarnos ampliamente, de forma voluntaria y a petición de distintos grupos, sobre los distintos temas que se le han pedido. Así pues, muchas gracias, señor secretario de Estado, y tiene usted la palabra.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO** (Costa Climent): Muchas gracias, señor presidente y miembros de esta Comisión, por darme la oportunidad de poder hacer una breve reflexión sobre cuál es la situación del comercio exterior y del turismo en estos momentos y cuáles son las principales prioridades políticas de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo a lo largo de los próximos meses. En primer lugar, me gustaría hacer una breve exposición del estado actual de la economía española para enmarcar la presente situación del comercio exterior y del sector exterior español dentro de ese contexto.

Como SS.SS. conocen, para el actual y el próximo año la economía española mantendrá una alta tasa de crecimiento económico, situándose las previsiones del Gobierno en el 4 por ciento para el año 2000 y en el 3,6 por ciento para el año 2001. Estas previsiones reflejan un comportamiento más moderado, aunque muy dinámico, de la demanda interna y una mejora clara de la aportación al crecimiento de la demanda externa a lo largo de este año y del próximo ejercicio 2001. El año 2001 será el quinto año consecutivo en el que la economía española crece por encima del 3,5 por ciento. Este patrón de crecimiento equilibrado permitirá seguir

reduciendo nuestro diferencial de renta respecto de los países centrales de la Unión Europea a través de un crecimiento económico sólido y mayor que el de nuestros principales socios comunitarios. Por otra parte, el dinamismo de la economía española ha sido reconocido por los organismos internacionales en su conjunto, con previsiones que sitúan el crecimiento en el año 2000 en el entorno del 4 por ciento y que diagnostican un crecimiento razonable y adecuado en torno al 3,5 por ciento para el año 2001. Sin duda, en este contexto de crecimiento estable, sostenido e intensivo en creación de empleo jugará un papel importante a lo largo de los próximos meses el sector exterior.

El sector exterior de la economía española, como saben SS.SS., ha registrado unos resultados muy positivos. Se viene manifestando un importante incremento en el grado de apertura exterior de nuestra economía. De hecho, el grado de apertura en estos momentos, considerado como la suma de exportaciones e importaciones de bienes y servicios sobre el PIB, se sitúa actualmente en el 61,8 por ciento y ascenderá, de acuerdo con la previsión contenida en los Presupuestos Generales del Estado para el 2001, al 63,6 por ciento, lo que significa que la economía española se encuentra entre las economías más abiertas de la OCDE, por delante de países como Francia o Alemania, y de hecho, entre las ocho primeras economías mundiales, en estos momentos seríamos la segunda economía más abierta, después de Canadá. Las exportaciones han experimentado un crecimiento real elevado y continuo. Durante los nueve primeros meses del año 2000 la exportación española está creciendo en volumen a una tasa del 12,5 por ciento. La tasa de crecimiento real de las exportaciones en cada uno de los años del período 1996-1999 ha estado sistemáticamente por encima del crecimiento del comercio mundial, lo que pone de manifiesto el mantenimiento del elevado nivel de competitividad de los productos españoles en el exterior, además de una ganancia clara de cuota de mercado. De hecho, las previsiones son que entre los años 1999 y 2001 nuestra cuota de mercado a nivel internacional crezca un 5 por ciento. Las exportaciones españolas de bienes en 1999 representaron el 2 por ciento de las exportaciones mundiales, frente al 1,9 que suponían en 1996, y en lo que llevamos de año, al estar creciendo también nuestra exportación en volumen más de tres puntos por encima del comercio mundial, vamos a mejorar nuestra posición en el propio año 2000 en cuanto a cuota de mercado en el comercio internacional.

Si hablamos de las perspectivas para el año 2000 y hacemos un análisis de la evolución del sector exterior en los meses de enero a septiembre de este año, destacaría en primer lugar que nuestra exportación, como he dicho, está creciendo más de tres puntos por encima del comercio mundial —que en estos momentos estaría creciendo entre el 8,5 y el 9 por ciento en volumen— y que se está viendo beneficiada claramente por el fuerte cre-

cimiento económico de determinadas zonas del mundo, como Estados Unidos o Asia. La baja cuota española en el comercio mundial que tenemos en algunas de esas zonas geográficas también está contribuyendo de manera dinámica al crecimiento real de las exportaciones, así como el efecto derivado de la fuerte presencia inversora española en el exterior y muy particularmente en Iberoamérica. Estos son los principales factores que, en mi opinión, explican una parte importante del crecimiento de las exportaciones a esas áreas geográficas. De hecho, en el período enero-septiembre la exportación española a Estados Unidos creció un 32 por ciento, a Asia creció un 23,4 por ciento, y a América Latina un 22,9 por ciento, muy por encima del crecimiento hacia la Unión Europea, que se situó en el 16,1 por ciento.

Sin embargo, la evolución de las exportaciones españolas al área euro se sitúa por encima también de la importación de la Unión Europea, de los propios países de la zona, lo que denota también un avance en nuestra cuota de mercado en esa zona geográfica. Pero es importante destacar quizá que nuestra exportación a mercados como Estados Unidos o Asia ha crecido más dinámicamente de lo que ha crecido para nuestros socios comunitarios y, por tanto, para los países de la zona euro. De hecho, en el ámbito de la Unión Europea, la exportación de la Unión Europea a USA creció un 27 por ciento, mientras la exportación española a ese mercado creció un 35 por ciento, y la exportación a China, por ejemplo, creció un 11 por ciento para la Unión Europea y para España un 13 por ciento en el período enero-agosto. Por tanto, España se está beneficiando en mayor medida de la situación del contexto económico en el que se desarrollan las economías de zonas en las que tenemos poca presencia de comercio internacional y, que, sin embargo, tienen un potencial de crecimiento significativo para nosotros.

Otro factor importante del comportamiento de nuestro sector exterior en los nueve primeros meses del año 2000 es que nuestra importación crece con fuerza, pero se desacelera respecto al año 1999. De hecho, en el período enero-septiembre de este año la importación en volumen ha crecido un 9,8 por ciento, cuando su aumento en volumen en el mismo período del año 1999 fue del 12,6 por ciento, es decir, casi tres puntos más. Por tanto, nuestras importaciones también crecen con fuerza, pero se desaceleran con relación al año 1999. Sin embargo, como todos ustedes saben, el crecimiento en valor de las importaciones está siendo mayor que el de 1999 por la fuerte subida de los precios internacionales, fundamentalmente de la energía, aunque, como he dicho, el volumen de compras al exterior ha crecido menos este año.

En tercer lugar, destacaría que la contribución negativa de la demanda externa al crecimiento del PIB se está reduciendo de manera muy significativa. Como consecuencia de lo dicho, la nueva previsión para este año es que la aportación negativa del sector exterior

sea de menos 0,6 puntos, frente al 0,9 anterior, y la tendencia actual apunta a que incluso podría ser inferior si se mantiene el actual comportamiento de las exportaciones y de las importaciones. En este sentido, me gustaría destacar cuáles son las expectativas del sector empresarial español sobre el crecimiento de las exportaciones, el crecimiento de su cartera de pedidos, a lo largo de los próximos doce meses.

De acuerdo con la encuesta de coyuntura del segundo trimestre, las perspectivas son, para un 66 por ciento de las empresas, con pedidos al alza para los próximos doce meses, cuando en el trimestre anterior ese porcentaje fue del 57 por ciento y, por tanto, nueve puntos inferior al actual. Por ello, no solamente los datos actuales reflejan un crecimiento muy dinámico de las exportaciones, más dinámico que el de nuestros socios, una ralentización de las importaciones, y por tanto una reducción de la aportación negativa del sector exterior al crecimiento del PIB, sino que las expectativas empresariales son de consolidación de esa tendencia de comportamiento dinámico de las exportaciones a lo largo de los próximos meses.

Pasando a las cifras concretas de comercio exterior para el conjunto del período enero-septiembre del año 2000, el valor de las exportaciones creció un 19,1 por ciento y, por lo que respecta a las importaciones, el valor acumulado a lo largo de los nueve primeros meses creció un 23,4 por ciento. Eso sitúa en estos momentos el déficit comercial en un 37,3 por ciento respecto al mismo período del año anterior y una tasa de cobertura del período enero-septiembre de aproximadamente el 74 por ciento.

Con los datos anteriores, se ponen de manifiesto tres tendencias fundamentales, como he dicho. Por un lado, fuerte ritmo de crecimiento de las exportaciones. Las exportaciones, en los nueve primeros meses de este año, han crecido nueve puntos más que en el mismo período del año 1999 y, de hecho, la exportación en volumen ha pasado de crecer en el año 1999, durante los nueve primeros meses, a un 3,9 por ciento, a crecer en el año 2000 durante los nueve primeros meses a un 12,5 por ciento. Por otro lado, un crecimiento de las importaciones con tendencia a la desaceleración, aunque con un fuerte reflejo en valor del aumento de la factura energética, y, como decía antes, nuestras importaciones están creciendo tres puntos menos que en el año 1999. Frente al crecimiento de las importaciones en volumen, en 1999, de un 12,6 por ciento, en el año 2000 están creciendo un 9,8 por ciento.

Los datos anteriores muestran un claro cambio de tendencia en el comportamiento de exportaciones e importaciones, lo que redundará en una clara desaceleración del ritmo de crecimiento de nuestro déficit comercial. Asimismo, hay que destacar la evolución descendente del déficit, que ha crecido un 37,3 por ciento en el período enero-septiembre, pero con una trayectoria claramente descendente. En el primer trimestre, el défi-

cit comercial creció un 52,1 por ciento; en el segundo trimestre, creció un 38,3 por ciento y, en el tercer trimestre, ha crecido un 26,9 por ciento.

En definitiva, durante los nueve primeros meses del año las exportaciones han registrado un fuerte crecimiento, muy por encima del comercio mundial, y el fuerte crecimiento de la factura energética, un 125,7 por ciento en los nueve primeros meses del año, explica fundamentalmente el aumento del déficit comercial. De hecho, del aumento del déficit comercial entre enero y septiembre, aproximadamente 1,4 billones de pesetas, el 73 por ciento se debe al aumento del déficit comercial energético. En la misma línea, el déficit comercial energético suponía en el año 1999 el 20,5 por ciento del déficit total; en los nueve primeros meses del año 2000, el déficit energético supone aproximadamente el 35 por ciento del déficit total. Por lo que respecta al déficit comercial no energético, su crecimiento ha sido solamente de un 12,5 por ciento, lo que pone de manifiesto, como decía antes, el buen comportamiento en volumen de las exportaciones y la desaceleración de las importaciones.

¿Cuáles son las previsiones del año 2000 y del año 2001, previsiones moderadas pero que recojan, de alguna manera, la tendencia en la que nos movemos en estos momentos? Para el conjunto del año, esperamos que el crecimiento de la exportación en valor se situará claramente en el entorno del 16 por ciento o por encima y el de las importaciones se puede situar en el entorno del 20 por ciento. Con ello, tendríamos un déficit cercano —se trata de previsiones moderadas y prudentes— a los 7,3 billones de pesetas, lo que representaría un aumento del entorno del 36 por ciento, por debajo del incremento del déficit del año 1999 y en el entorno del déficit comercial del año 1998. Hay que decir que cerca de un billón de pesetas de los 1,9 billones en que aumenta el déficit comercial, de acuerdo con las previsiones contenidas en los presupuestos para el año que viene, corresponden al aumento del precio del crudo y alrededor de 250.000 millones de pesetas aproximadamente al efecto neto de la depreciación del euro. Si no hubiera habido una evolución de los precios energéticos en la línea en que se ha producido en el año 2000 y el euro no se hubiera comportado como se ha comportado a lo largo de estos meses, el crecimiento del déficit comercial se habría situado en el entorno del 11 por ciento.

Para el año 2001 el déficit comercial continuará desacelerándose y crecerá en el entorno del 18 por ciento, tasa que podría ser inferior si se mantiene el patrón de comportamiento actual de nuestro sector exterior, por lo que podemos hablar de una previsión prudente respecto a la evolución del comercio exterior en el año 2001.

Por lo que respecta al sector turístico, me gustaría detenerme en algunos de los datos con respecto a su situación actual, teniendo en cuenta la incidencia que

tiene en el comportamiento general del sector exterior. España, como saben SS.SS., ocupa el segundo lugar del ranking mundial por volumen de ingresos, con unos ingresos en el año 1999 de 33.000 millones de dólares americanos y el primer puesto mundial por número total de pernoctaciones con una cifra en el año 1999 de 148 millones de pernoctaciones de extranjeros en España.

Como saben SS.SS., el año turístico en 1999 se cerró superando todas las previsiones de la Administración y del sector y supuso un nuevo récord para el turismo español, con un crecimiento del 8,3 por ciento de la entrada de turistas. Por ello, la repetición de esa cifra en el año 2000 podría calificarse de aceptable; sin embargo, los últimos datos disponibles, relativos al período acumulado enero-octubre del 2000, ponen de manifiesto que durante ese período el número de turistas que han entrado en España ha crecido aproximadamente en un 3 por ciento con respecto al año anterior. Esto supondría que en España, a lo largo de los diez primeros meses del año 2000, han entrado aproximadamente 1.200.000 turistas más extranjeros de lo que lo hicieron en el año 1999. La tasa de variación del número de turistas de octubre también se encuentra en línea con las previsiones generales de comportamiento de los diez primeros meses, se sitúa en un 3,5 por ciento, y yo creo que esos datos ponen de manifiesto una serie de factores. Por un lado, una progresiva reducción de la estacionalidad de las entradas de turistas en España en los últimos años. De hecho, esta desestacionalización se manifiesta en la moderación de entradas de turistas durante los meses de mayor actividad, frente a un mayor dinamismo de los períodos de menor saturación. Por darles algunos datos, les diré que durante los meses de enero a abril las entradas de turistas crecieron a una tasa media del 12,1 por ciento, frente a un estancamiento en los meses centrales del verano, julio y agosto, y al hecho de que junio sea, por segundo año consecutivo, el mes en el que en España entra un mayor número de turistas.

En lo referente a los ingresos por turismo, el crecimiento acumulado en los ocho primeros meses del año ha sido del 9,7 por ciento, lo que pone de manifiesto también un comportamiento muy dinámico de los ingresos del sector turístico y que la tasa de incremento de los ingresos ha sido, en el período enero-agosto, aproximadamente cinco veces superior a la de la entrada de turistas, lo que refleja el buen comportamiento del sector.

Los pagos del sector turístico han crecido un 14,2 por ciento, pero en el saldo global de la balanza turística se produce un incremento interanual de un 8,8 por ciento respecto al mismo período del año anterior, lo que pone de manifiesto que el sector turístico va a tener una contribución positiva, en términos de peso del PIB a la financiación del saldo de nuestro déficit comercial.

¿Cuál es el contexto o el estado de situación de nuestro sector exterior en estos momentos? Creo que nuestro sector exterior se caracteriza, tanto en el ámbito comercial como en el turístico, por dos factores: por un lado, la concentración geográfica: nuestras compras a la Unión Europea han pasado de representar un 53,6 por ciento a suponer aproximadamente el 68 por ciento, en el año 1999; nuestras exportaciones han pasado del 62,7 por ciento en 1986, al 72,3 por ciento en 1999. Por tanto, hay una concentración geográfica muy significativa; es decir, más de 7 de cada 10 pesetas de lo que venden las empresas españolas lo hacen dentro del ámbito de la Unión Europea, y nuestra cuota de comercio exterior, dentro del mercado mundial, se encuentra, en el ámbito de la Unión Europea, por encima de nuestra cuota general de comercio y, sin embargo, está muy por debajo en otras zonas geográficas como Estados Unidos o Asia, donde tenemos un mayor potencial de crecimiento.

En segundo lugar, junto con esa concentración geográfica, hay una clara concentración sectorial, tanto las exportaciones como las importaciones se concentran en grandes sectores. Esos rasgos de concentración geográfica y sectorial también se pueden aplicar al sector turístico. De hecho, existe en el ámbito turístico una clara dependencia de los mercados de la Unión Europea, el 80 por ciento de los turistas extranjeros que visitaron España en 1999 procedían de algún país de la Unión Europea, y en el caso sólo de Alemania y el Reino Unido conjuntamente suponen más del 50 por ciento de los turistas que visitaron nuestro país. También esa misma concentración sectorial, que se producía en el lado del comercio, se produce en el lado del turismo, dado que las principales motivaciones que tienen en estos momentos los turistas extranjeros para visitar nuestro país son el sol, en un 73 por ciento, y la playa, en un 55 por ciento. Desde el punto de vista también sectorial de nuestra balanza comercial y de nuestra balanza, en general, el principal déficit del sector exterior proviene de los bienes de equipo, en un 45 por ciento, y del sector energético, entre un 10 y un 30 por ciento del déficit total, en función de la evolución de los precios del petróleo.

¿Cuáles son en ese contexto los principales objetivos que tiene el Ministerio de Economía en el ámbito de comercio exterior y en el ámbito de la política turística? Nuestro objetivo general es incrementar la presencia internacional de las empresas españolas, y podríamos centrarnos en lo que puede suponer seguir manteniendo el crecimiento de nuestra cuota de mercado a nivel mundial, reducir el peso del déficit comercial en nuestra economía, diversificar nuestros sectores exportadores, incrementando el número de sectores económicos que tienen presencia internacional, reducir esa dependencia geográfica a la que hacía referencia, diversificando en mayor medida el actual destino de las exportaciones y de las inversiones españolas, y aumen-

tar el número de empresas españolas que tienen presencia internacional, tanto a través de la exportación, como de la inversión directa en los países de destino.

En materia de política turística, hay que consolidar el liderazgo español a través de una apuesta clara por la calidad, garantizar el desarrollo sostenible del sector turístico en España, diversificar el origen territorial y motivacional de los turistas, y contribuir a proyectar la imagen, desde el punto de vista general y comercial de España, considerando que el turismo es uno de los mejores instrumentos para avanzar en el conocimiento mutuo entre España y otros países.

Conseguir estos objetivos exigirá que acometamos actuaciones muy concretas de las que me gustaría destacar algunas a lo largo de esta intervención. Por un lado, quiero manifestar que estamos diseñando un programa de objetivos por zonas geográficas en las que se van a establecer nuestras prioridades de actuación en cada uno de esos mercados y que remitiré a esta Comisión de Economía para su debate en mi próxima comparecencia, si lo consideran S.S.SS. oportuno. En cualquier caso, a continuación paso a enumerarles al menos algunas de las líneas de actuación principales de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo a lo largo de los próximos meses.

En materia de política comercial, en primer lugar, lanzar una nueva ronda global o una ronda amplia en el marco de la OMC y desarrollar actuaciones que mejoren la confianza de los países más pobres y en vías de desarrollo en la Organización. España, con la Unión Europea, está trabajando en el lanzamiento de una nueva ronda global de negociaciones en el marco de la OMC. En ese contexto nuestras actuaciones se centrarán, en primer lugar, en ligar las concesiones en agricultura a intereses ofensivos, en el mismo sector, pero dentro de un planteamiento negociador amplio; otorgar a la pesca un tratamiento específico; buscar mejoras de acceso a los mercados en productos industriales y servicios; proteger nuestras indicaciones geográficas y denominaciones de origen; avanzar en la negociación multilateral de un acuerdo marco de inversiones centrado en el establecimiento de unas normas básicas que garanticen un marco adecuado para la inversión directa a nivel internacional; aclarar el marco aplicable y eliminar las trabas innecesarias al desarrollo del comercio electrónico y a todas las actividades que forman la llamada nueva economía, y modificar las reglas de la OMC en los aspectos esenciales en los que se han detectado defectos o lagunas, particularmente algunas reglas sobre acuerdos antidumping o antisubvención, y en el entendimiento de solución de diferencias.

Nuestro segundo gran objetivo de España en el marco de la OMC es apoyar el desarrollo de medidas que mejoren la confianza en la Organización Mundial de Comercio. En este sentido, pretendemos promover el desarrollo de medidas unilaterales a favor de los países menos adelantados, concediendo el libre acceso al

mercado de sus productos, a excepción, como es obvio, de armas y promoviendo la resolución de problemas técnicos para garantizar la situación de productos esenciales para los productos españoles y de la Unión Europea, como el plátano, el arroz o el azúcar, y efectuar concesiones en materia de revisión de acuerdos de la OMC a favor también de los países en vías de desarrollo, limitando, como es obvio, su alcance para evitar vaciar de contenido una nueva ronda sin que se cree una OMC a dos velocidades.

Por otro lado, dentro del ámbito de la OMC, mejorar el funcionamiento de la Organización incrementando su transparencia interna y la transparencia externa.

En segundo lugar, el Ministerio de Economía quiere impulsar en el horizonte de la Presidencia y en el marco de la Presidencia española, los acuerdos comerciales entre Mercosur, Chile y la Unión Europea. En tercer lugar, desde el punto de vista, también, de una política comercial en sentido amplio, impulsar la ampliación de la Unión Europea a los países de Centroeuropa, teniendo en cuenta la importancia que esa ampliación tiene, no sólo desde el punto de vista político, sino también desde el punto de vista comercial. Sus señorías son conscientes del aumento de superficie y población que supone la ampliación de la Unión Europea hacia los países de Centroeuropa, el dinamismo importador y exportador con la Unión Europea de estos países, su potencial de crecimiento, su progresiva liberalización comercial, consecuencia de la adopción del acervo comunitario, hacen, por tanto, de la ampliación un eje prioritario de la política comercial a lo largo de los próximos años.

En este marco hay que seguir desarrollando actuaciones en materia comercial para garantizar un apoyo de la Administración a las empresas que deseen apostar por los mercados centroeuropeos, impulsando medidas que garanticen la apertura de los mercados, garantizar los esfuerzos de promoción comercial en esa zona geográfica importante para España donde tenemos que ganar imagen, desde el punto de vista comercial, y aumentar la información disponible sobre esos mercados. Asimismo, desde el punto de vista de la política general, la ampliación de la red de convenios de doble imposición y la ampliación de la red de acuerdos de protección recíproca de inversiones para proporcionar a las empresas españolas que inviertan en el exterior un marco adecuado y de seguridad jurídica para el desarrollo de su actuación. En ese contexto, como es obvio, tanto en los convenios de doble imposición como, en su caso, de los acuerdos de protección recíproca de inversiones habrá que tener en cuenta prioridades pendientes con América Latina o con Asia, sobre todo, desde ese punto de vista.

Por otro lado, el desarrollo de una ley de comercio electrónico y el compromiso del Ministerio de impulsar la aprobación, en el ámbito del Gobierno, de un proyecto de ley sobre comercio electrónico que transponga la

directiva comunitaria en esta materia y que potencie y promueva la utilización de las nuevas tecnologías entre las empresas, fundamentalmente, las pequeñas y medianas. La promoción del comercio electrónico y el acceso a las nuevas tecnologías es una buena herramienta también para la internacionalización de nuestras empresas, ya que claramente incrementará sus oportunidades de negocio, llegando a más mercados y a más clientes potenciales, y mejorará su capacidad competitiva.

Además de las líneas generales de la política comercial, un segundo objetivo claro es el incremento del número de operadores económicos con presencia internacional y con apoyo a la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. En ese sentido, quiero destacar el compromiso de mantener y mejorar el plan PIPE para el año 2001-2006. Tras el éxito de ese plan, que ha conseguido que 2.135 pequeñas y medianas empresas se hayan incorporado a los mercados exteriores, nuestro objetivo es incorporar a 3.000 nuevas empresas al negocio internacional a lo largo de los próximos años. Ese plan estará dotado de un 10 por ciento más de recursos por empresa, contará con un método específico para la promoción de la internacionalización de las pymes de servicios, con el apoyo de tutores y promotores especializados, y reforzará los mecanismos de seguimiento y los apoyos complementarios que el Instituto Español de Comercio Exterior presta a las pequeñas y medianas empresas internacionalizadas.

De acuerdo con ese objetivo también de aumentar el número de operadores económicos con presencia internacional, crearemos un catálogo comercial de oportunidades de negocio para las pymes en países prioritarios. El objetivo es, a lo largo del año 2001, tener elaborado y puesto en circulación un catálogo comercial de oportunidades de negocio para pequeñas y medianas empresas en países prioritarios que incluya la información sobre oportunidades de negocio e inversión, la información sobre la demanda en esos mercados de productos que puedan ofrecer las pequeñas y medianas empresas españolas y los servicios al exportador aplicables o disponibles, así como la legislación relevante y las ayudas económicas y financieras o el apoyo institucional disponible. La difusión de este catálogo de oportunidades comerciales para las pymes se realizará a través de Internet, de las asociaciones empresariales y de las Cámaras de Comercio.

Asimismo, se pondrá en funcionamiento en el primer trimestre del año 2001, aunque haya pruebas de carácter experimental, un sistema de información integrado a través de un *call center* en la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, que servirá de plataforma informativa integrada y de unidad de servicios a las empresas ¿Qué objetivos perseguimos con esta medida? Por un lado, prestar en mejores condiciones los servicios de información; mejorar la rapidez en la prestación del servicio, garantizar que la información

de que disponen los operadores económicos es homogénea; incrementar la calidad de la información que hoy se ofrece al exportador y al inversor en el exterior y aumentar los recursos humanos disponibles para el desarrollo de la política comercial al tener centralizado el servicio de consulta y de información a través de un *call center*. Este *call center* espera recibir unas 35.000 consultas de operadores económicos en su primer año de funcionamiento.

Po otro lado, se potenciarán los instrumentos de promoción para nuevos mercados y nuevos sectores económicos. El apoyo promocional de la administración comercial no puede limitarse a mercados y sectores tradicionales razonable o suficientemente internacionalizados y con una presencia comercial consolidada, y el esfuerzo de la administración comercial tiene que centrarse, en más medida en el futuro, en facilitar el acceso de nuestros exportadores y de nuestras empresas a nuevos mercados, una vez hecho un esfuerzo de promoción suficiente en mercados tradicionales, y a nuevos operadores económicos que no han dispuesto de instrumentos adecuados de promoción comercial. En esa línea, quiero destacar que, dentro de las prioridades del Instituto Nacional de Comercio Exterior, está la de potenciar las políticas de formación y las políticas de foros de negocios para favorecer las fórmulas de cooperación empresarial entre empresarios españoles y empresarios establecidos en el exterior.

Una política del departamento va a ser desarrollar nuevas fórmulas de protección de sectores tecnológicamente avanzados y con un crecimiento potencial significativo en el futuro. Nuestro objetivo es desarrollar nuevas fórmulas de promoción respecto a aquellos sectores que reúnen en estos momentos tres características, fundamentalmente: un crecimiento futuro potencial elevado en los mercados internacionales, una escasa implantación internacional en estos momentos y una capacidad para generar imagen-país muy significativa. España es competitiva en muchas de esas actividades cuya internacionalización, como he dicho, puede contribuir a mejorar la imagen comercial española y, para ello, quiero destacar algunos de esos sectores que van a ser prioritarios dentro de la promoción comercial: tecnologías de la información y de las comunicaciones, el sector medioambiental, el sector de las tecnologías para la automoción, el sector de la biotecnología o el sector de las industrias culturales y audiovisuales, caracterizados todos ellos por su alto valor añadido, su efecto imagen-país, su clara capacidad de expansión en el futuro y el crecimiento de la demanda potencial en los mercados internacionales.

Por lo que respecta al Fondo de Ayuda al Desarrollo, sigue siendo un instrumento de gran utilidad en la cooperación económica y en la promoción comercial; permite a la empresa española tener un papel relevante en el desarrollo económico de los diferentes países; sin embargo, se encuentra sometido a un conjunto de res-

tricciones, limitaciones o condicionantes importantes. Por un lado, con relación a los países destinatarios de los fondos, los consensos internacionales sobre países elegibles vienen restringiendo las posibilidades de países destinatarios de sus créditos. Por otro lado, cada vez menos proyectos son financiables, en la medida en que el consenso internacional excluye la financiación concesional para lo que sean proyectos viables comercialmente, y cada vez hay más actividades que de califican como viables comercialmente.

La crisis de deuda de décadas pasadas ha hecho que los países receptores de los fondos de ayuda al desarrollo cambien su estrategia de crecimiento económico y sustituyan instrumentos financieros como el FAD, que incrementa su deuda exterior, por otros instrumentos de captación de la inversión extranjera.

Los procesos de ajuste macroeconómico y las necesidades de equilibrio presupuestario han llevado a muchos países emergentes a buscar fórmulas de financiación de proyectos en colaboración con el sector privado, como el capital-inversión. En ese sentido, el objetivo del Ministerio de Economía es tratar de conseguir superar esas restricciones y conseguir que las empresas españolas participen, además, en mayor medida en los grandes proyectos internacionales. Para ello, en primer lugar, el compromiso es aumentar la utilización, de manera clara, de los fondos de estudios de viabilidad, y trabajaremos en tres líneas de actuación: la modalidad pública, aumentando la demanda de las administraciones extranjeras mediante una mayor difusión del instrumento a través de la red de oficinas comerciales en el exterior; en su modalidad multilateral, mejorando la coordinación y aumentando la cooperación con las instituciones financieras internacionales, donde se puede acelerar y mejorar el procedimiento de selección de proyectos y la utilización de estos recursos. En esta línea, recientemente hemos llegado a un acuerdo con el Banco Mundial, y está previsto dotar con nuevos fondos instituciones, como el Banco Asiático de Desarrollo, en las que España no dispone aún de ellos y que, sin embargo, son instituciones que operan en mercados geográficos prioritarios desde el punto de vista del sector exterior. En la modalidad privada el compromiso es mejorar el procedimiento para la cuantificación y selección de proyectos.

Desde el punto de vista de la gestión administrativa del FAD, quiero asumir también una serie de compromisos dentro de mi departamento: dotar a la Comisión interministerial del FAD de una periodicidad mensual, para agilizar la gestión de los proyectos; establecer un plazo máximo de resolución de consultas, no de expedientes, de quince días; crear una ventanilla única de información y consultas sobre el FAD, con un teléfono centralizado; y desarrollar la página web del FAD y del FED, para que se conviertan en un instrumento ágil de intercambio de información. En tercer lugar, incremen-

tar la cooperación del FAD a través de las instituciones financieras internacionales.

Las aportaciones realizadas a las instituciones financieras internacionales tienen una gran importancia y el objetivo del Ministerio de Economía es aumentar la cooperación con las instituciones financieras internacionales a través del FAD. Nos permite ganar peso en las instituciones financieras multilaterales, los fondos aportados vía FAD a las instituciones financieras internacionales incrementan las posibilidades para nuestras empresas de participar en mayores proyectos financiados por esas instituciones financieras multilaterales, y nos permiten también, por tanto, acceder en mejores condiciones a los proyectos internacionales.

En cuarto lugar, un esfuerzo financiero suplementario para las grandes licitaciones internacionales a través del FAD. El objetivo es prestar un mayor apoyo a la participación de empresas españolas en los grandes proyectos internacionales, en las grandes licitaciones internacionales donde en estos momentos el peso no es significativo.

La política que quiero destacar es la de incrementar el peso de España en los organismos financieros multilaterales. España, teniendo en cuenta su situación a lo largo de los últimos años, no tiene en estos momentos reconocido, en el ámbito económico, como todos sabemos, el peso que tiene a nivel económico en los organismos financieros multilaterales. Yo creo que esta ha sido una política de todos los gobiernos españoles, trabajar para ganar peso, y el Ministerio de Economía quiere seguir en esa dirección.

Quiero destacar algunas de las iniciativas adoptadas recientemente, como mejorar nuestra posición accionarial en el Banco Mundial, que ha crecido de una manera significativa; la ampliación de capital del Banco Africano de Desarrollo, donde también hemos aumentado nuestra participación; la ampliación de capital en la Corporación Interamericana de Inversiones, donde poseemos ahora el 3,4 por ciento del capital de este organismo; el 2 por ciento en el Fondo Africano de Desarrollo; el esfuerzo que hemos realizado en el Fondo Asiático de Desarrollo, suscribiendo un 2 por ciento de la reposición y superando así la posición de otros países cuya participación era superior a la española hasta la fecha, y estamos ultimando un acuerdo de participación en el accionariado de la Corporación Andina de Fomento. También estamos negociando con el Banco Centroamericano de Integración Económica y vamos a suscribir un acuerdo marco con el BID en breve, en el que dotaremos al banco de un nuevo fondo para la financiación de proyectos de internacionalización de empresas españolas en América Latina.

Otra política del Ministerio es contribuir al desarrollo de la iniciativa HIPC a nivel internacional. En relación con esta iniciativa, como saben SS.SS., España ha asumido, a fecha de hoy, compromisos por valor de más de 1.000 millones de dólares, lo que nos sitúa

como uno de los donantes más importantes en términos relativos por nuestra participación en las instituciones financieras multilaterales. El compromiso político del Gobierno de España en estos momentos es trabajar no sólo para conseguir que la iniciativa HIPC sea un éxito, sino también para reconocer o resolver la situación particular de países como Costa Rica o Guatemala, que tienen deudas con otros países elegibles para la iniciativa HIPC y que, sin embargo, se les exige un esfuerzo económico que difícilmente pueden asumir.

Desde el punto de vista de la necesidad de mejorar el marco de apoyo financiero a las empresas que operan en el exterior, quiero destacar también algunas políticas que me parecen importantes: potenciar los acuerdos de conversión de deuda externa en inversiones privadas, como instrumento para aumentar la presencia española en el exterior, y contribuir al desarrollo económico de determinados países. España ha firmado algunos acuerdos y el objetivo es potenciar ese instrumento, junto con el de conversión de deuda externa por inversiones públicas, que compatibilizan, como digo, el objetivo de desarrollo económico de España con el objetivo de desarrollo económico del país beneficiario de la inversión. Todo ello, como no puede ser de otra manera, con respeto estricto a los criterios acordados en el seno del Club de París. Hay países con los que se está trabajando, como Argelia, Egipto y algunos que han manifestado su interés, como Perú o República Dominicana, donde existen posibilidades de utilizar los acuerdos para fomentar la internacionalización de la empresa española y contribuir al desarrollo económico de esos países.

Asimismo, vamos a incrementar la cuantía de los recursos financieros a largo plazo a favor de las empresas que se internacionalicen y que apuestan por la inversión en el exterior. Como SS.SS. saben, existen restricciones a la posibilidad que las empresas españolas tienen para captar recursos ajenos que financien sus proyectos en el exterior. El crédito que ofrece el mercado financiero es escaso, de coste elevado y, además, a corto plazo, lo que dificulta económica y financieramente la viabilidad de los proyectos en el exterior. Para corregir esas deficiencias, las actuaciones del Ministerio de Economía serán fundamentalmente dos: en primer lugar, aumentar los recursos de las líneas ICO a largo plazo disponibles para la internacionalización de la empresa española y, en segundo lugar, mejorar las condiciones financieras de acceso a estos recursos por parte de las pequeñas y medianas empresas españolas.

Vamos a potenciar la utilización de instrumentos de capital-inversión en la internacionalización de la empresa española. Ya he destacado antes que la empresa española que se internacionaliza se enfrenta a restricciones financieras derivadas del funcionamiento del mercado: cuando desea acometer proyectos de inversión, fundamentalmente en países en desarrollo, países emergentes, no existe, por un lado, banca local que

financie proyectos a medio y largo plazo, los mercados de capitales no están desarrollados., la banca comercial nacional española o internacional sólo está dispuesta a otorgar plazos cortos de financiación con garantías de la empresa matriz, y no existen fondos de capital-riesgo o capital-inversión en los países receptores de esa inversión.

En ese contexto, el compromiso es potenciar la acción pública a través de los fondos de capital-inversión, con dos características: la selectividad de los proyectos y del apoyo. Vamos a ser selectivos en los proyectos y en el apoyo en aquellos países que sean prioritarios, comercialmente donde haya restricciones financieras y en proyectos viables y, además, con el requisito de adicionalidad, los recursos públicos no sustituirán el riesgo empresarial y llevarán aparejados la exigencia del promotor de niveles de coinversión adecuados. El objetivo es comprometer la participación pública en el capital de proyectos españoles en el exterior en el año 2001 por aproximadamente 25.000 millones de pesetas, lo que podría representar un apoyo financiero a la realización de inversiones en el exterior de aproximadamente 210.000 millones de pesetas en el año 2001.

Quiero destacar como medida el compromiso también de mejorar un sistema de garantías y cobertura de riesgos para la inversión en el exterior. La dotación de recursos financieros para completar los recursos propios y ajenos en los proyectos de inversión no resuelve todos los problemas de riesgo asociados a los proyectos. Las entidades financieras exigen garantías a la empresa matriz española y no asumen riesgo-país por la obligación de dotar provisiones, de acuerdo con las disposiciones de solvencia imprescindibles, como es obvio, del Banco de España. Estas entidades se enfrentan, además, a dificultades intrínsecas de análisis de riesgo en determinados mercados, sobre todo países no OCDE, y para mitigar estos problemas queremos establecer sistemas que modulen el riesgo-país asumido por las entidades financieras. En concreto, se están estudiando fórmulas que faciliten convenios con las sociedades de garantía recíproca para que otorguen garantías a coste adecuado a las pequeñas y medianas empresas que demandan financiación bancaria para acometer proyectos en el exterior y la posibilidad de mejorar la póliza de inversión de Cesce para que cubra el riesgo político de las operaciones de préstamo cuando se financien filiales o empresas mixtas en los países de destino de la inversión.

Paso ahora a referirme a algunas de las políticas prioritarias en el ámbito del turismo, donde, como he dicho antes, el objetivo básico es apostar por la calidad. Para ello, las prioridades son: la consolidación del liderazgo español a través de la calidad; el desarrollo sostenible del turismo; la diversificación, desde la doble perspectiva de conseguir mejorar la presencia española en mercados emisores distintos a la Unión Europea, donde tenemos baja cuota de mercado, y aumentar las

cuotas en mercados o en otros productos turísticos con motivaciones distintas al tradicional sol y playa.

Dentro de esas medidas, quiero destacar la ampliación de los planes de excelencia y dinamización turística a 60 nuevos planes a lo largo de los próximos años, con una financiación pública de 30.000 millones de pesetas; aplicar el proyecto municipio verde a 200 municipios en los próximos dos años; alcanzar la realización de acciones de formación en destinos en 120 destinos turísticos para más de 500 responsables de política turística en el ámbito de los municipios turísticos; apostar decididamente por la marca Q de calidad turística; apoyar el desarrollo turístico sostenible a través de políticas de calidad, como la mejora del turismo medioambiental o la mejora de la oferta turística a través de proyectos con el Instituto para la Diversificación y el Ahorro de la Energía, dependiente del Ministerio de Ciencia y Tecnología; seguir haciendo un esfuerzo, a través de incentivos económicos regionales, y el objetivo es que en los próximos años se aprueben incentivos o ayudas por importe aproximado de 55.000 millones de pesetas, induciendo a una inversión de más de 500.000 millones de pesetas en política turística; el impulso al desarrollo turístico de las comarcas mineras; el compromiso de ampliar la red de Paradores en seis nuevos establecimientos a lo largo del período 2000-2004, además de los tres que están ya en marcha y por supuesto el esfuerzo de renovación de los actualmente existentes; la modernización del Palacio de Congresos de Madrid; el plan de innovación en turismo; la reconversión de la Escuela Oficial de Turismo; la apuesta clara por el turismo cultural y el compromiso en materia de internacionalización de las empresas turísticas. Estos son algunos de los objetivos claros de la política turística en el exterior.

Solamente destacaría dos que me parecen realmente importantes: aumentar la cooperación internacional a través de una renegociación de los acuerdos de cooperación en materia turística con los países prioritarios desde el punto de vista de mercados turísticos, incluyendo en esos acuerdos de cooperación internacional en el ámbito turístico la posibilidad de que Paradores participe a nivel internacional gestionando edificios patrimonio histórico-artístico en el exterior bajo la marca de Paradores; la ampliación de la red de oficinas de turismo en el exterior, también con el objetivo de trabajar para mejorar la presencia española en muchos mercados emisores.

Por lo que respecta a las otras cuestiones que son el objeto de esta comparecencia —me he referido ya a las prioridades políticas en el ámbito de la OMC—, sí me gustaría destacar cuáles son los objetivos fundamentales perseguidos por el Gobierno con el real decreto-ley que modificó el régimen jurídico relativo a los horarios comerciales. La regulación, como todos ustedes saben, incrementa de manera gradual hasta doce el número de festivos en los que queda autorizada la apertura de esta-

blecimientos de distribución, un festivo más al año hasta el año 2004; aumenta las posibilidades de hora de apertura en los días laborales de 72 a 90 horas y concede a los pequeños establecimientos comerciales de menos de 300 metros la posibilidad de decidir libremente el régimen de aperturas que quieren aplicar.

Los objetivos fundamentales de estas dos medidas son, en primer lugar, que el sector de la distribución contribuya de manera decidida a los objetivos de creación de empleo; estamos convencidos de que las nuevas medidas relativas a horarios comerciales van a servir para crear empleo, fundamentalmente el acceso al trabajo de muchos jóvenes españoles y nuestras estimaciones nos indican que las medidas adoptadas pueden permitir la creación de hasta 25.000 nuevos empleos. Estamos convencidos, además, de que la libertad que se ofrece en exclusiva a los pequeños empresarios comerciales resultará positiva en el futuro y les permitirá ser más competitivos y crear más empleo.

En esta línea, el segundo gran objetivo perseguido con la medida es ofrecer al pequeño comercio una ventaja competitiva que le permita aprovechar en mayor medida que a otros agentes del sector de la distribución nuevas oportunidades comerciales y de negocio. El Ministerio de Economía es consciente de que el nuevo marco supone exigir un esfuerzo adicional al sector de la distribución y con ese objetivo está trabajando también con los agentes económicos en el diseño de un nuevo plan marco de actuación de mejora y reordenación del sector español de la distribución. En estos momentos, las cuestiones en las que se está trabajando con los agentes económicos son de índole laboral, de índole fiscal: el objetivo de la incorporación de nuevas tecnologías al pequeño comercio, los compromisos y los objetivos para la implantación del euro, las necesidades de formación que reclama el sector y algunas cuestiones relacionadas con la financiación de inversiones donde el Gobierno y el Ministerio de Economía quieren aumentar las disponibilidades financieras del ICO para proyectos de inversión en nuevas tecnologías.

Esto, señor presidente, creo que da respuesta a las peticiones y al compromiso de comparecencia cuatrimestral de la Secretaría de Estado de Comercio.

El señor **PRESIDENTE**: Para realizar las intervenciones de los grupos, tiene la palabra, en primer lugar, por el Grupo Parlamentario Socialista, el señor Díaz Díaz.

El señor **DÍAZ DÍAZ**: En nombre de mi grupo parlamentario doy la bienvenida al señor secretario de Estado en esta comparecencia para informar ante esta Comisión de la política general de su Secretaría.

En primer lugar, quería decirle que nos parece que la comparecencia es tardía, debía ser antes de los presupuestos, entre otras cuestiones, porque somos de los que pensamos que la política que no está en los presu-

puestos no existe. También quiero señalarle, para empezar, algo que comienza a ser habitual: la información que se nos facilita llega tarde, es escasa y hay temas que no aparecen en ella, como el último que acaba de citar, que parece que no es importante, que es el del comercio minorista.

De su intervención sacamos la conclusión de que España sigue siendo la más, somos los mejores. La manera que ha tenido usted de presentarnos los datos lleva a confusión, parece que las exportaciones han crecido por encima de las importaciones y esta es una forma cosmética de presentar la información, pero no refleja la situación real en la que las importaciones van muy por encima de las exportaciones, por lo que un porcentaje de crecimiento menor de las importaciones no implica necesariamente una disminución del déficit comercial sino que puede seguir incrementándose, como realmente ocurre.

Cuando todo va bien, tenemos que el saldo de la balanza comercial española arroja un déficit los nueve primeros meses del año de 5,2 billones de pesetas, cifra que supera ya el saldo negativo registrado en todo el año 1999 y que supone un 37,7 por ciento respecto del mismo período del año anterior. La tasa de cobertura, es cierto, está en el 73,8 por ciento. Estas cifras nos llevarían de nuevo al final del año a un déficit por cuenta corriente superior a los 3 billones de pesetas, que reduciría el PIB previsto en cerca de un 0,7 por ciento —usted dice un 0,6 por ciento, veremos a finales de año cuál es la cifra; nosotros estamos en el 0,7 por ciento—. De este modo, no sólo no se consolida nuestro crecimiento económico, sino que lo reduce, y para ustedes este comportamiento es positivo y para nosotros es preocupante.

España es uno de los países con mayor déficit comercial de la Unión Europea y este es un dato al que nos estamos acostumbrando mientras nos dicen que va bien. La explicación no está sólo, por lo menos, señor secretario de Estado, en el incremento de los precios de los carburantes. Dada nuestra pertenencia a la Unión Europea, que es en la que se realiza la mayor parte de nuestro comercio exterior, es importante diferenciar el comercio con la UE y el resto del mundo. En los nueve primeros meses ha empeorado nuestra situación respecto a nuestros principales clientes de la Unión Europea, en concreto, con Francia y con Alemania, y también con la UE en su conjunto. Si tenemos en cuenta que dentro de la Unión Europea tenemos un tipo de cambio fijo entre monedas de la zona, el empeoramiento de la situación sólo puede explicarse en términos de competitividad. Hay pérdida de competitividad en los precios de bienes y servicios españoles con respecto a los países de la Unión Europea, consecuencia de una mayor inflación que padece nuestra economía y que a ustedes parece no preocuparles.

Estamos hablando de comercio en la zona euro, en un contexto en el que no inciden de modo diferencial

los precios del petróleo ni la subida del dólar con respecto al euro. Los países de la zona euro tenemos una moneda única y unos tipos de interés similares y tenemos problemas de competitividad con países que deben hacer frente a unos costes salariales medios superiores a los nuestros. El problema para nosotros se llama inflación y también se llama productividad. Para nosotros la corrección de la inflación pasa por liberalización y también los incrementos de productividad se consiguen con inversión, con inversión y desarrollo y con invertir en información. Estas medidas funcionan fuera y no contemplarlas aquí nos parece poco serio. En la zona dólar, la previsible revalorización del euro en el año 2001 va a afectar también previsiblemente, señor secretario, a la caída de nuestras exportaciones hacia esa zona.

En la comparecencia que tuvimos el mes pasado con motivo de la presentación de los presupuestos generales del Estado, la semblanza muy positiva del comercio exterior para usted se debía a los aciertos de la política general del Gobierno y se veía reforzada con el déficit cero y la continuidad de la política macroeconómica del Gobierno en el que usted está integrado. Nada nos dijo en aquel momento de la preocupación por la inflación —ustedes la eliminan por decreto o por previsiones—, no de un 2 por ciento, sino de un 4 por ciento, nada nos dijo sobre las políticas para mejorar la productividad ni tampoco de las políticas activas de comercio exterior. De su comparecencia de hoy pero, sobre todo, de comparecencias anteriores, que nos vemos obligados a leer para asistir hoy aquí teniendo mayor bagaje de información, deducimos que para ustedes la promoción exterior es gasto y no es inversión. Vamos bien, parece ser su lema, y usted, por ello, planteó como eje de la actuación del Gobierno en esta materia el presupuesto de déficit cero en el convencimiento de que la política macroeconómica del Gobierno sería la competitividad de nuestras exportaciones. Como ya decíamos entonces y reiteramos ahora, no basta con esta política, y lo que es peor es que estas medidas no están dando resultado, por el contrario, nuestra balanza comercial ha empeorado en los últimos años. Lo dicen las estadísticas y también lo dicen todos los sectores empresariales. Por eso, señor secretario, ustedes no pueden continuar con el uso pacato de los instrumentos de apoyo a la exportación e internacionalización de nuestras empresas. Le pido que no haga como su antecesora, que en la Comisión lo entendía, pero después, en la realidad, seguía la política de *mantenella* y no *enmendalla*.

Hace unos días, en Shanghai, usted nos anunciaba un nuevo plan de apoyo a las empresas en el exterior. Eso quiere decir que quieren implementar la política de comercio exterior, lo que nos parece bien; si van en serio, pueden acertar. Nosotros queremos estar ahí; como digo, si van en serio tendrán nuestra colaboración. Pero el plan de Shanghai, que viene usted a desa-

rollar con mayor amplitud, requiere mayor concreción y coherencia con algo que acabamos de aprobar: el marco presupuestario. Usted no me puede vender un plan que no está en el presupuesto. Ese plan no está en el presupuesto, que es el del año anterior incrementado en algunas partidas; no hay un presupuesto que se corresponda con las medidas que anunciaba usted como novedosas, dirigidas —creo yo— a los medios de comunicación. Decía usted: aquí hay una nueva política. Esa nueva política, señor secretario de Estado, tenía que estar en el presupuesto, porque usted, como yo, sabe que las políticas que no están en el presupuesto pocas veces existen. Y es difícil hacer una nueva política cuando los instrumentos de que se dispone siguen siendo los mismos; no hay un cambio en los instrumentos y hay algunos que están viciados, que demostraron de manera contrastada que son ineficientes. Por ello, nosotros le pediríamos que no haga seguimiento de los errores anteriores y que asuma su responsabilidad al actuar e intentar salvar el comercio exterior, y aquí le reitero nuestro ofrecimiento de colaboración.

Usted ha dicho, y estamos de acuerdo, que la economía española es una economía muy abierta, una de las más abiertas del mundo, y eso es una virtud, pero también un problema, porque esta apertura implica que nuestras empresas, si quieren seguir expansionándose, si queremos seguir expansionando nuestra economía, tienen que ganar en el mercado externo la cuota de mercado que pierden por la apertura del mercado interno y los datos estadísticos dicen que, hoy por hoy, no es así. Hay que hacer lo que nos piden los sectores involucrados en el comercio exterior y, por ello, hay que aumentar las dotaciones para el Ices y para las organizaciones empresariales. Hay que aumentarlas de manera importante, para que no sean consideradas como limosnas por los sectores empresariales que conforman la columna vertebral de nuestro comercio exterior. Estamos de acuerdo en que hay que ampliar el PIPE, programa que, por si no lo sabe, le diré que diseñamos los socialistas. Ustedes lo están llevando a cabo, pero nos parece importante que se incorporen a este programa las instituciones de promoción económica que están realizando este trabajo en las autonomías. Las autonomías deben ser incorporadas a la política comercial exterior; apueste, como decía que iba a hacer, por crear más centros de negocio anualmente, pero hágalo pensando en el futuro y no como una simple ampliación de las oficinas comerciales cambiadas de nombre: Nueva York, Sao Paulo, Los Ángeles, Moscú, etcétera. Estas oficinas pueden seguir el camino de México y Shanghai. Esa es la solución. Más inversión en modernización de estructuras de promoción y más recursos para la formación para intentar recuperar los últimos años, que fueron años de paralización y vacío, no solamente de actuación sino de ideas sensatas.

Nosotros le diríamos, señor secretario de Estado, que tendría que reestructurar o, si quiere, eliminar el FAD. Su imagen no puede ser peor. En el FAD hay confusión e inoperancia. Y los cambios de los que usted habla no lo va a resolver. Nosotros pensamos que es necesario deslindar de una vez comercio y cooperación. Aplique usted el CAD para lo que corresponda y no intente encubrir bajo la alfombra de la ayuda al desarrollo actuaciones comerciales no excesivamente competitivas. Y, por favor, que le informen bien, señor secretario de Estado. El grado de ejecución de dicho fondo fue del 32,8 por ciento en el año 1998, del 43,3 por ciento en el año 1999 y a 30 de junio era del 25,8 por ciento; muy lejos del cien por cien que tendría que ser a finales de año. Aprobación, compromiso y ejecución son conceptos diferentes, usted lo sabe, y la desinformación no es justificación para que nos intente convencer de algo que no es real. Es necesario, asimismo —ha aludido a ello, pero pienso que habría que concretar más—, dar una salida coherente al problema de la deuda externa para, por la vía de la condonación o de la conversión, consolidar, allá donde sea posible, nuestra presencia en terceros países. Hay que entender también que la ayuda a la condonación de la deuda tiene que ser ayuda al desarrollo en todos los casos y en muchos casos tiene que suponer una mayor presencia económica de España en el exterior.

Si hablamos del Fiex, fondo titular del Estado, que no de Cofides, como usted indicó reiteradamente en la intervención de presupuestos, para nosotros es un fondo mal concebido, que está involucrando el prestigio y el respeto del Estado español como accionista de empresas españolas y otras en el exterior de negocios no siempre claros. Yo le preguntaría si usted se paró a pensar qué supondría para nuestra representación en el exterior que cualquiera de esas empresas se encontrara involucrada en acciones extrañas. Y puede ser posible.

Señor secretario de Estado, la gestión de este fondo fue adjudicada en la ley de acompañamiento del año 1988 a una sociedad anónima con participación de algunos bancos privados, al margen de lo que establece la Ley de Contratos del Estado, que usted conoce bien. Pida usted el acuerdo de gestión y sus multimillonarias remuneraciones y verá cómo en este tema no es oro todo lo que reluce. Entérese y si no le informaremos nosotros que, aunque no cobramos tanto como sus asesores, de este tema también sabemos algo.

Para terminar con el famoso fondo, usted declaró en su comparecencia anterior que tenían más de 35.000 millones de pesetas en proyectos estudiados o en estudio y creo que se debía informar mejor. Es posible que Cofides haya aumentado su plantilla en más de 20 analistas, o que incluyan entre los proyectos estudiados que el Estado español, es decir, todos los españoles seamos accionistas en cajas privadas argentinas, centrales de producción de energía eléctrica en Italia, o en distribución de agua, como en el caso de Cochabamba, que

terminó en revuelta social, etcétera, pero la realidad es que en octubre no había sido ejecutada ni la décima parte de los recursos de este fondo. Por cierto, le recuerdo que había una obligación de presentar anualmente un informe al Parlamento y, que nosotros sepamos, dicho informe no ha aparecido y nos gustaría que lo hiciera, porque así tendríamos ocasión de seguir hablando de este asunto.

En cuanto a la expansión exterior, la empresa dependiente de su Secretaría, aparte de hacer de *broker* para financiar grandes proyectos de escasa o nula exportación española, compitiendo con bancos de negocios, no sabemos qué otra cosa hace y para qué otra cosa sirve.

Con respecto a Cesce, la tercera empresa del ámbito de esa Secretaría de Estado, hemos observado que en el ejercicio anterior ha tenido una caída en las coberturas de riesgo cubiertas por el Estado, esto es, que no ha llegado a disponer de la totalidad de los recursos. Señor secretario, nosotros creemos que no es un problema de Cesce, sino de que no hay operaciones apoyadas por el Gobierno, así como tampoco hay una política comercial adecuada y eso se nota, puesto que el resto de países nos llevan años de delantera en ese campo. Hemos perdido, mejor dicho, han perdido ustedes dos años. Cambien de política comercial en relación con el Estado y recupérenlos y no dejen que el sector exterior se siga deteriorando.

Usted ha hablado de ganar peso en los organismos internacionales y a nosotros esa idea nos parece bien, pero debe entender que eso no es suficiente. Le decimos lo que le dijimos a la anterior secretaria de Estado. Actúe de verdad y no haga una política virtual o una política de titulares. Los resultados políticos se ven en hechos y en dotaciones y hasta ahora no ha habido ni dotaciones —lo siento mucho, porque lleva poco tiempo y nosotros damos un margen de confianza— ni hechos. Su discurso de proyectos y la realidad presupuestaria, como dije anteriormente, no coinciden. Nosotros creemos que se puede hacer una política comercial diferente, ya que otros países la han hecho y eso se ha visto reflejado en su cuenta de resultados. Le voy a poner algún ejemplo. El petróleo no puede ser una excusa; hay que pensar que, además de significar una salida de recursos para nosotros, supone también una entrada de recursos para los países productores, que de repente tienen mayor capacidad de compra. Yo les preguntaría qué hizo promoción exterior para vender a esos países que tienen una mayor capacidad de compra más productos españoles. Y le recuerdo algo, en muchos de esos países tiene un peso muy importante el comercio de Estado, siendo la gestión política algo importante. Así pues, le pregunto qué hicieron para ganar cuota de mercado en esos países que en estos momentos tienen una mayor capacidad de compra.

Hay un dato que nos parece correcto, pero creemos que le falta una contraprestación. Somos el país europeo que más ha invertido en América Latina, pero tam-

bién somos el país que tiene una ratio menor de exportaciones con respecto a las inversiones y le pregunto si sabe el motivo de ello.

En cuanto al tema del comercio minorista, que lo salvó usted al final con una larga cambiada, tengo que decirle que hay que hacer cambios en el mismo. Durante los últimos años el comercio minorista ha hecho grandes cambios y ahora estamos caminando con un comercio minorista en cierto modo diferente, puesto que en estos momentos priman áreas, centros y calles comerciales, una mayor especialización, asociacionismo, etcétera. El decreto que ustedes hicieron tiene como consecuencia inmediata acelerar los cambios y en esa vertiente nosotros no estamos en contra de acelerarlos.

El problema es que cuando uno quiere acelerar cambios y no generar crisis tiene que poner los medios para que esos cambios sean posibles y diseñar un proyecto para saber adónde queremos ir. Usted ha pronunciado un discurso muy sintético de más o menos lo que se puede hacer, pero le recuerdo que en el presupuesto de este año tienen ustedes 1.500 millones de pesetas, los mismos que en años anteriores, para acelerar esos cambios que este año tienen que ser más rápidos y más radicales. Y no me diga usted que también colaboran las comunidades autónomas, porque colaboraban anteriormente, pero este año hay un salto cualitativo en la generación del sector que no se ve correspondido por nuevas políticas, sobre todo, por nuevas dotaciones presupuestarias.

Por último, antes de dejar paso a mi compañero que hablará fundamentalmente del tema del turismo, le diré que hemos de ser realistas y ver en el comercio exterior un espejo de lo que pasó en la economía española en los últimos años. Todos reconocemos que los años pasados, desde 1994 en adelante, han sido de bonanza para la economía española y que el comercio exterior fue en estos años un fiel indicador de los límites y de las carencias de nuestra economía. Ustedes no quisieron verlo, no quisieron poner remedio, por tanto, la responsabilidad es enteramente suya. Nos gustaría que en este tema hubiera cambios importantes, porque no queremos que nuestra balanza incida negativamente en nuestro crecimiento.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Martínez.

El señor **MARTÍNEZ FRAILE**: Intentaré ser breve en mi exposición.

Señor secretario de Estado, gracias por su comparecencia. A pesar de la importancia del turismo en nuestro país, tanto por lo que genera como producto interior bruto como por los puestos de trabajo, en su comparecencia ha dejado bien claro la importancia que tiene para el Gobierno porque no le ha dedicado ni un 5 por ciento del conjunto de su intervención. De todas maneras, el turismo va bien, a pesar de que el Gobierno no le

dedique la atención que requiere este sector económico básico. Estamos luchando y estamos consiguiendo que se reduzca la estacionalidad, usted mismo ha hecho referencia a ello. Para reducir la estacionalidad, habría que tomar una serie de medidas, que el Gobierno no está tomando. Yo mismo en el mes de julio hice una serie de preguntas escritas al Ministerio que me han ido llegando ahora contestadas más o menos, a algunas de las cuales quería hacerle referencia en esta intervención. Por ejemplo, le pregunté cuál era el gasto promocional para el mercado de reuniones, congresos e incentivos, que es un mercado básico justamente para romper la estacionalidad. Se me contestó que se habían invertido 375 millones, pero que no era regionalizable. Yo le pedía que me lo regionalizaran justamente porque ahí es donde está uno de los fallos básicos de la política promocional en ese sector por parte del Ministerio.

Le pondré un ejemplo muy concreto. Hice referencia también en esa pregunta, y tampoco me la contestaron diciéndome que no lo sabían, a qué inversión, desde el punto de vista de aportaciones no dinerarias, sino aportaciones en especie, hacía Iberia y Renfe. Concretamente de Renfe me contestaron que ninguna, lo cual es mentira, porque Renfe ha colaborado en alguna de esas iniciativas. Se lo preguntaba por una razón. Hace tres años por primera vez Valencia estableció una feria que se llama Fercongres, que fue la primera especializada de este sector concreto, del mercado de reuniones, congresos e incentivos y recibieron una ayuda mínima por parte de Iberia y por parte de Renfe. Al año siguiente lo hizo Barcelona, también dentro de la feria de Barcelona, en principio en colaboración con Valencia, intentando hacerlo un año cada uno y también recibieron una ayuda mínima. Al año siguiente lo hizo Fiturcongres y la feria de Madrid Ifema recibió mucha más aportación por parte de Iberia y de Renfe, y eso no es que las empresas Iberia y Renfe lo hagan, sino que lo decide Turespaña. Eso no puede ser, no debe ser y eso se hace desde Turespaña y, por tanto, se hace desde el Ministerio. En esa intensificación del mercado de reuniones, incentivos y congresos, es donde nosotros tenemos una parte importante para poder desarrollar y crecer más de lo que estamos creciendo. Usted lo ha dicho. Hemos crecido menos que el año pasado. Seguramente el año pasado fue un año récord y no será repetible en cuanto a porcentajes. De todas maneras, es un sector que está creciendo, pero podría crecer más, seguramente el doble de lo que estamos creciendo de media, que en este momento es el 1,7 respecto al año anterior.

Una pregunta muy concreta. Después hablaremos de su propuesta de Cádiz, pero uno de los mercados en los que se invierte más en el conjunto, pero fundamentalmente en este mercado de reuniones, congresos e incentivos, es justamente el mercado de Estados Unidos; sin embargo, los resultados no son excesivamente buenos. Yo creo que, cuando se invierte, las inversio-

nes hay que seguirlas. No es solamente gastar el dinero, es invertir, lo cual quiere decir que después hay que saber cuáles son los resultados de esas inversiones, y si miramos los datos estadísticos, vemos que el mercado americano, excepto en algunos puntos muy concretos, no se incrementa de manera sustancial y, sobre todo, no se incrementa el porcentaje de inversión que se hace por parte del Ministerio y por parte de Turespaña.

Por cierto, una pregunta puntual. Usted ha hecho mucha referencia al *call center* que van a poner en marcha para el Icx. En su propuesta de Cádiz, usted anunció también un *call center* para el mercado norteamericano. ¿Por qué nada más que para el mercado norteamericano? Si en el caso comercial se hace para todo el mercado, no sé por qué en este caso hay que hacerlo única y exclusivamente para ese mercado.

Querría hacerle también dos preguntas que van ligadas a unas preguntas escritas que yo les hice en el mes de julio y que ustedes me contestaron en el mes de octubre, que hacen referencia a la tasa aeroportuaria. Ustedes, a finales de 1996 o principios de 1997, recién llegados al Gobierno, pusieron una tasa aeroportuaria y mi pregunta fue qué se había ingresado durante el año 1999 por esa tasa. Su contestación fue que habían ingresado 91.000 millones de pesetas. Les preguntaba también en qué lo habían gastado. En qué lo habían gastado no me lo dijeron; lo que habían gastado, sí, y hay una diferencia de 8.700 millones. Yo entiendo que una tasa es para cubrir o para mejorar un servicio y, por lo tanto, las tasas no pueden dejar beneficios. Me gustaría saber qué ha hecho el Ministerio de Economía con ese beneficio de 8.700 millones que tuvo de más y que, por cierto, es más que lo que se invierte en promoción turística por parte del Gobierno. Esto es muy importante para el sector turístico porque ha incrementado los precios del conjunto del sector turístico.

Por otra parte, respecto a los 83.000 millones que gastaron, he hecho un cálculo aproximado basándome en los datos que ustedes me enviaron, y en los 10 grandes aeropuertos españoles se gastaron únicamente 56.000 millones —esos me los dieron detallados—, lo cual quiere decir que hay 35.000 millones más que se deben haber gastado en otros sitios. Yo no acabo de ver que se han gastado ustedes 35.000 millones, no en trabajos de infraestructura para mejorar los aeropuertos desde el punto de vista de las infraestructuras básicas, sino en mejora de los servicios aeroportuarios, que es para lo que está puesta la tasa, entre el aeropuerto de Jerez, el aeropuerto de León, el aeropuerto de Valladolid y algún otro aeropuerto de ese estilo, que no son aeropuertos de primera. Quisiera saber también dónde están o cómo se han invertido esos 35.000 millones.

Para finalizar, usted, no hace muchos días, en Cádiz, presentó las 25 medidas incluidas en lo que se denominó plan estratégico para el turismo español; al menos, así fue titulado por algunos medios de información. Yo de los planes estratégicos no me fío demasiado si no

son cuantificables y, de sus 25 medidas, no es cuantificable ninguna. Y no solamente eso. Además, ese plan estratégico no tiene soporte desde el punto de vista presupuestario, y aquello que no tiene soporte desde el punto de vista presupuestario difícilmente se puede llevar a cabo.

Hablan ustedes del plan de excelencia turística, donde van a invertir 30.000 millones. Dígame usted (se lo pregunto, no hay ninguna mala intención en mi pregunta) en qué partida presupuestaria están, porque yo no he sabido verlos. Dicen ustedes en los puntos 5 y 6 de ese plan que, dentro de este plan de excelencia y dentro de estos sistemas de calidad, van a potenciar el Picté, ese plan integral de la calidad del turismo español presidido por un senador del Partido Popular. Yo nada más supe ver 40 millones de pesetas. Sólo en gastos de alquiler del local y de personal seguro que ya se van más de 40 millones de pesetas. Por lo tanto, tampoco entiendo qué medida tan importante es ésa entre las 25 medidas de Cádiz.

En el punto 14 hablan ustedes de una reconversión de la Escuela Oficial de Turismo. Yo creo que sí sería necesario y que es saludable que decidan ustedes hacer una reconversión, ¿pero no sería mejor que se replanteasen ya, de una vez, de qué manera esa escuela desaparece y se integra, pactando con la universidad pública que sea, dentro de una universidad, dado que en este momento los estudios de turismo ya están admitidos en las universidades y hay muchas universidades que tienen ya la carrera de turismo como una carrera establecida; por lo tanto, que la hicieran desaparecer del Ministerio de Economía y pasaran una Escuela Oficial de Turismo como esa donde corresponde, que es el Ministerio de Educación?

Le puedo asegurar, respecto al punto 14, donde ustedes hablan de este tema y dicen que van a mejorarlo sustancialmente, que es difícil que lo consigan porque si no me equivoco en los presupuestos del Estado aumentan la cantidad consignada para la Escuela Oficial de Turismo del año pasado a este año en el 3,2 por ciento y difícilmente van a mejorar nada con ese aumento que va a quedar subsumido entre los gastos de electricidad, los alquileres y los sueldos de las personas. Por tanto, tampoco hay medios para llevar a cabo esta renovación y mejora de la Escuela Oficial de Turismo que estoy pidiendo supriman y la adscriban a una universidad concreta para que forme parte de los estudios universitarios turísticos que en este momento existen en España.

Habla usted en el punto 17 de mejorar el sistema estadístico. No he visto ningún incremento sustancial en el presupuesto sobre el dinero previsto para la mejora de los estudios estadísticos dentro del Instituto de Turespaña y dentro del Ministerio en lo que hace referencia al turismo. Los montajes que se hacen para contar los turistas a base de los coches que pasan por las cintas que hay en determinadas carreteras no sirven.

Hace tres años en la celebración del Congreso de Turismo —no sé si asistió— un diputado entonces de su grupo, el señor don Eduardo Gamero, denunció que los cómputos que se hacían en determinada isla de las Baleares se realizaban mediante la cinta que había a la salida del aeropuerto. Reconviertan el sistema de contar los turistas. Es mucho más sencillo hacerlo por agregación, en lugar de continuar con el sistema que están utilizando. Pacten con las comunidades autónomas, con los ayuntamientos, sumen todo y la suma final será la realista. Le puedo decir que dentro del sector casi nadie se cree las cifras que salen desde el punto de vista estadístico.

Hacen referencia también en ese plan a la medida 20, sobre la mejora de la web de Turespaña. No sé si se debe a la pregunta que les hice respecto a que no existía en la página web el Teatro Real ni el Liceo. El señor Rato me contestó después, aprovechando que no podía responderle a él, que sí estaba. Le entregué unas fotocopias para demostrarle que a las diez y media de la mañana del día en que le hice la pregunta ni el Teatro Real de Madrid ni el Liceo de Barcelona estaban en la oferta musical de Barcelona y Madrid. Dicen que han puesto 500 millones, pero lo que han debido hacer es dedicar esa cifra del conjunto del presupuesto que tenían previsto. Espero que mejoren la web, es un buen instrumento para mejorarla; de todas maneras no es un incremento de la aportación presupuestaria, sino que la han cambiado de destino.

En el plan estratégico presentado en Cádiz hacen referencia a que también invertirán 55.000 millones para incentivos regionales. No soy capaz de verlos en los presupuestos y le agradecería que me lo aclarara, porque sería una manera de conocer cuáles son sus intenciones y de qué manera piensan financiar estos planes.

Al principio le he dicho que el turismo va bien y creo que sí, que vamos a tener un incremento, aunque no importante, en el sector. Es seguro que se puede aumentar más si son capaces, que no lo hacen y en este plan tampoco, de dedicarse a los sectores que pueden romper la estacionalidad existente en el sector turístico. Para eso hay que dedicarse al turismo de ciudad, al de reuniones, ya sean incentivos ya sean congresos o convenciones, y al turismo de la cultura. Eso no se ve en los planes que están poniendo encima de la mesa. Para demostrar que es así, les voy a poner un ejemplo: Madrid. Madrid ha empezado ahora a romper la estacionalidad en verano. Ha sido un buen año turístico en Madrid desde el punto de vista del verano y eso demuestra que si se hace una buena inversión en promoción turística sobre el turismo de ciudad, es posible. Por tanto, habría que intervenir en esos sectores concretos, y de manera destacada con unas medidas promocionales importantes.

Habría que tener en cuenta, y tampoco lo tienen a lo largo de sus planes y exposiciones, a las comunidades

autónomas. Las competencias en el sector turístico están casi todas traspasadas, y yo le pediría que tuviesen más en cuenta a las comunidades autónomas, para lo cual le propongo una idea, y es que Turespaña tenga un consejo en el que estén representadas las comunidades autónomas y sea ahí donde verdaderamente se puedan desarrollar, no de manera bilateral como ustedes hacen en este momento, sino de una manera general aquellas inversiones necesarias para incrementar nuestra cuota en el mercado turístico y pasar de ser, como usted muy bien ha dicho el segundo destino turístico a nivel mundial y el primero por ingresos, a incrementar porcentualmente esos ingresos y esa proporción del turismo.

Por último, ha dicho en su intervención —y me ha gustado oírsele decir— que van a proponer unas medidas de regionalización —no he acabado de entender bien a qué se refería— y que va a traerlas a esta Comisión para que podamos discutir las y colaborar. Yo le ofrezco desde este momento la colaboración de mi grupo, del Grupo Socialista, para que esas medidas de regionalización nos permitan aumentar el porcentaje de turistas y mejorar la aportación al producto interior bruto del sector turístico.

El señor **PRESIDENTE**: Por el Grupo Parlamentario Catalán (Convergència i Unió), tiene la palabra el señor Sánchez i Llibre.

El señor **SÁNCHEZ I LLIBRE**: En primer lugar, doy la bienvenida a la Comisión de Economía y Hacienda al secretario de Estado para que también en esta legislatura pueda repetir los éxitos que compartimos en la legislatura anterior, esta vez en otro departamento que es la Secretaría de Estado de Hacienda, en la cual y en colaboración con nuestro Grupo de Convergència i Unió y otros grupos de esta Cámara, se puso de manifiesto nuestra capacidad para negociar y alcanzar objetivos tan importantes como fueron la rebaja del impuesto sobre la renta de las personas físicas y modificaciones importantes que impulsaron a la economía productiva. Por tanto, desde nuestro Grupo Parlamentario Convergència i Unió le deseamos los mismos éxitos en esta nueva legislatura, éxitos que ya alcanzamos y fuimos capaces de negociar en la pasada legislatura.

Hemos escuchado atentamente la intervención del secretario de Estado en cuanto a las líneas generales de actuación de su Secretaría de Estado, y nosotros empezáramos puntualizando o haciendo algunas manifestaciones y propuestas, en primer lugar referentes al tema del comercio. De todo el mundo es conocida la posición de Convergència i Unió respecto a la liberalización de los horarios comerciales. Nosotros no pudimos votar afirmativamente esta iniciativa de liberalización que propuso el Grupo Parlamentario Popular, pues entendíamos que en esta cuestión no se beneficiaba única y exclusivamente a los consumidores con una

bajada de precios. También entendíamos —y lo manifestamos así en nuestra intervención en el Congreso— que no era una herramienta eficaz, a nuestro entender, en la lucha contra la inflación, hay otros aspectos y otros sectores en los cuales se incide más profundamente para el alza del IPC. Asimismo entendíamos —y así lo manifestamos— que a través de la liberalización más bien se destruía empleo estable, se creaba poco empleo y el que se creaba era más bien precario, y también perjudicábamos a un gran colectivo de pequeños y medianos comerciantes. Entendíamos igualmente que a través de esta liberalización se invadían competencias exclusivas de las comunidades autónomas, y por eso desde Cataluña presentamos un recurso de inconstitucionalidad. Por último apreciábamos que con esta liberalización en ningún momento contribuíamos a aumentar el bienestar general, ya que no podemos estar hablando solamente del comercio en términos económicos, pues creíamos que también debíamos hablar de la función social del comercio. En este sentido, veíamos que no hay razón para hablar de calidad de vida, hablar de reducción de la jornada laboral o hablar de políticas de soporte a la familia cuando lo que estábamos poniendo encima de la mesa, en definitiva, era un incremento de los horarios, y en este sentido los pequeños y medianos comerciantes en vez de tener una calidad de vida mucho mejor que la de otros sectores de la población, se veían abocados a un trabajo más intensivo en un subsector, con lo cual entendíamos que no se contribuía a través de esta liberalización al bienestar general.

Por tanto, ¿cuál es la situación actual que hoy tenemos después de la liberalización? Entendemos que tras esta liberalización en muchos comercios y en mucha autonomías no se están haciendo siquiera las horas a las que estaba previsto poder ampliar, e incluso en el incremento de días festivos que estaban previstos en esta liberalización ha habido diferentes posiciones en las distintas comunidades autónomas. Lo cierto es que a raíz de este real decreto ha habido ocho recursos de inconstitucionalidad que han presentado diferentes comunidades autónomas, ha habido también una huelga de los sindicatos y de los pequeños y medianos comerciantes, y entendemos que en estos momentos el sector está crispado; hay una crispación importante entre el sector y las diferentes administraciones, básicamente la Administración central.

Desde *Convergència i Unió* creemos que sería muy importante recuperar el consenso que habíamos tenido las diferentes partes implicadas en el comercio (Administración central, comunidades autónomas, y pequeños y medianos comerciantes), que había sido institucionalizado a través de todos los grupos parlamentarios durante esta última década, en la cual pudimos legislar mediante leyes que favorecían al pequeño y mediano comerciante y ponían complicidades importantes con las grandes superficies. Nosotros creemos sinceramen-

te que hay que recuperar este consenso que había impedido en estos últimos años. También sería bueno recomponer la paz social en el sector para que de una vez por todas las comunidades autónomas, los sectores implicados y el Gobierno central pudieran sentarse en una mesa y reiniciar un diálogo y una negociación que encontramos a faltar en el último decreto que se ha aprobado en el Congreso de los Diputados. Primer mensaje que nosotros ponemos encima de la Mesa del Gobierno, en este caso del secretario de Estado, la recuperación del consenso y del diálogo para que de una vez por todas podamos recuperar en un sector tan importante de nuestra sociedad como es el comercio, la paz social que creemos que en estos momentos no existe; hay muchas divergencias, el sector está crispado, y por eso nosotros deseáramos que el secretario de Estado en esta comparecencia pudiera recoger la pretensión del Grupo Parlamentario Catalán (*Convergència i Unió*), en el sentido de poner alrededor de la mesa a todos los sectores implicados a efectos de poder recuperar este consenso, en el que justamente su grupo parlamentario en otras legislaturas fue uno de los pioneros juntamente con el Grupo Parlamentario Socialista. En consecuencia, recuperación de consenso, recuperación de la paz, y diálogo. En este caso creemos sinceramente que el Partido Popular que hoy está gobernando tiene un papel importante para poder canalizar estas propuestas de nuestra coalición de *Convergència i Unió*.

También pensamos que sería interesante intentar llegar a un acuerdo de Estado entre los diferentes sectores comerciales y las comunidades autónomas para potenciar los comercios urbanos. Estas propuestas tienen hoy gran importancia en el resto de países de la Unión Europea, a fin y efecto de intentar incorporar la potenciación del comercio urbano en todo el territorio para que puedan convivir el pequeño comercio, el mediano y el gran comercio en las zonas urbanas, y de esta manera intentar que el gran consumidor esté mucho más cerca de lo que representa el desplazamiento hacia las compras de las grandes superficies, como es habitual hoy en nuestro país, y a través de este acuerdo de Estado entre los grandes sectores podemos potenciar grandes inversiones mobiliaria e inmobiliarias para que pueda ser posible en esta convivencia. Ya en Europa hay algunas experiencias importantes en la potenciación del comercio urbano y pienso que sería bueno trasladarlas a nuestro país. Segunda cuestión que nosotros ponemos encima de la mesa, posibilidad de potenciar el comercio urbano a través de un gran acuerdo de Estado entre todos los sectores implicados. Teniendo en cuenta el papel importante que han de jugar los pequeños y medianos comerciantes en la implantación del euro en nuestro país—pienso que va a ser un papel clave— igual en el resto de los países de la Unión Europea, pensamos que una propuesta de este tipo sería importante para poder catalizar, implementar y profundizar en las relaciones con los pequeños y medianos

comerciantes al efecto de que tengan un buen resultado en cuanto a las cuestiones clave, como va a ser la implantación del euro dentro de muy pocos meses. Por tanto, en esta primera apreciación sobre una de las cuestiones que son claves de su departamento, planteamos lo siguiente para todas aquellas actividades comerciales: recuperación de consenso, recuperación de la paz social e intentar llegar a un acuerdo de Estado para todas aquellas cuestiones que pudieran afectar a la potenciación del comercio urbano.

Por lo que se refiere a los otros temas que ha detallado en su exposición, nos gustaría plantear una serie de cuestiones que afectan al comercio exterior, a la balanza comercial, a la competitividad de nuestras compañías, pequeñas y medianas empresas en el extranjero, y a la capacidad exportadora de nuestro tejido empresarial. Estamos de acuerdo en todas las apreciaciones y conclusiones que usted ha presentado en su informe, todas aquellas cifras que afectan a la balanza comercial, al incremento de nuestras exportaciones, al incremento de la presencia internacional de nuestro tejido industrial. En esta cuestión también estamos de acuerdo en que la evolución de la internacionalización de nuestro tejido empresarial en los últimos años es una realidad palpable y evidente. Hoy podemos afirmar con toda contundencia que en España existen muchas empresas, pequeñas y medianas, que hace 10 ó 15 años jugaban un papel muy importante en nuestro territorio y actualmente han llegado a ser pequeñas multinacionales españolas presentes en todo el mundo. Hay que añadir inmediatamente que es un paso importante que hemos dado todas las fuerzas políticas con implicación de todos los sectores, pero no nos podemos parar aquí y hay que seguir en esta misma línea, a fin de que cada vez más las pequeñas y medianas empresas, que son importantes en nuestro territorio, puedan implantarse en el extranjero, puedan seguir exportando y puedan seguir internacionalizándose.

En función de estas propuestas y de esta realidad que hoy es evidente en nuestro país, y en función también de los planteamientos que usted ha hecho en su exposición, pensamos que sería importante desde la perspectiva de sectores que han jugado un papel fundamental en España, como el textil o el de confección, y seguramente también muchos sectores en los que hay un porcentaje muy importante de mano de obra en sus procesos productivos, que se pudiera ver la posibilidad o se pudiera tener como objetivo prioritario la creación de un espacio de libre cambio en la zona euromediterránea. Es evidente que hay otros países de la Unión Europea que están jugando fuerte en crear sectores de producción importantes e intensivos en mano de obra en los países del Este, y yo pienso también que desde España y desde la Unión Europea sería importante poder deslocalizar empresas en una zona muy importante, como es la zona euromediterránea, como es la zona del Magreb. Estamos convencidos de que si esto

fuera una realidad y una prioridad del Gobierno, sectores tan importantes como el textil, la confección u otros también importantes en porcentaje de mano de obra, podrían desarrollarse perfectamente en grandes producciones, podrían también ser más competitivos y a la vez podrían tener una propuesta importante a fin de poder competir con las grandes producciones asiáticas, que al ser intensivas en mano de obra, en nuestro país difícilmente podemos ser competitivos frente a ellas. También queremos dejar claro en esta intervención que no queremos deslocalizar todo el sector textil y de la confección en el Magreb, ni muchísimo menos, solamente las grandes producciones, ya que en nuestro país podemos mantener los centros de elaboración de todas aquellas producciones especializadas, con diseño, con tecnología, con innovación y capacidad inmediata a los cambios y al mercado. Por tanto, ponemos encima de la mesa la posibilidad de poder contemplar la propuesta de creación de una zona de libre mercado en el área euromediterránea y también a la vez que ustedes desde el Gobierno en las comisiones europeas correspondientes pudieran impulsar que este fuera uno de los objetivos prioritarios de la Unión Europea.

También pensamos que sería necesario impulsar toda una serie de medidas fiscales, algunas de ellas ya están en marcha y seguramente las aprobaremos esta semana, para llevar adelante la internacionalización de nuestro tejido empresarial, a fin y efecto de poder compensar todas aquellas inversiones que se realizaran en países de alto riesgo —y esta es una cuestión que está prevista en estos reales decretos— para que nuestras compañías pudieran plantearse la posibilidad de aplicar inversiones en países de alto riesgo, pero no solamente esto sino que a través de su Secretaría de Estado, a través de su departamento, también deseamos poder impulsar todas aquellas cuestiones que van orientadas a la eliminación de la doble imposición en convenios internacionales. Esta propuesta la apoyamos conjuntamente con el Grupo Parlamentario Popular la pasada legislatura, concretamente el 25 de mayo de 1999, en el sentido de impulsar y proseguir todas aquellas negociaciones para incrementar la red de convenios internacionales bilaterales de doble imposición en países estratégicos de América Latina, África y Asia. Pensamos que estos son elementos claves para diseñar un marco de actuación estable a fin y efecto de dar garantías a nuestros tejidos productivos para poder liberalizar desde la imposición fiscal materias que otros países de la Unión Europea están en muchísimas mejores condiciones que nosotros para poder competir en estos países. Por tanto, entendemos que las negociaciones, la profundización para poder recabar más convenios bilaterales de doble imposición es una de las prioridades que debería tener no solamente su Secretaría de Estado, sino también el Gobierno.

Desde la perspectiva de las posibilidades exportadoras de nuestras compañías, de nuestro tejido producti-

vo, hemos escuchado atentamente la exposición que ha hecho usted al respecto. Entendemos que si son de aplicación todos los programas, los veintidós o veintitrés puntos de actuación que ustedes pensaban plantear tanto en comercio como en turismo y exportación, también valdría la pena que fueran efectivas algunas de las conclusiones que aprobamos en dicha moción la pasada legislatura y que iban orientadas básicamente a incrementar la internacionalización de nuestras compañías, de nuestro tejido productivo, como era reforzar las políticas específicas de comienzos de actividades en comercio exterior relativas a las pequeñas y medianas empresas, una función que está encomendada en estos momentos al Icx, Instituto de Comercio Exterior, pero también planteamos la posibilidad de que esta colaboración y estas ayudas a las pequeñas y medianas empresas en actuaciones de primeras actividades, lógicamente, estuviera hecha al unísono con las comunidades autónomas.

Nosotros queremos volver a insistir en esta cuestión, porque entendemos que una colaboración específica con las comunidades autónomas, justamente cuando estamos hablando de pequeñas y grandes empresas no estamos hablando en este caso de grandes compañías, seguramente al estar más cerca del tejido productivo y autóctono de las diferentes comunidades se pueden obtener resultados más beneficiosos para la internacionalización de nuestras compañías. Por tanto, instamos al Gobierno para que la colaboración que ya sabemos existe entre el Icx y las comunidades autónomas sea más profunda, más real y sea también, en definitiva, mucho más beneficiosa para la exportación y para las inversiones españolas en los diferentes países, que como hemos dicho en nuestra intervención entendemos que debían ser en Asia y América Latina. Desde esta posición instamos al Gobierno, en este caso al señor Costa, secretario de Estado de Comercio y Turismo, para que recoja las propuestas que nosotros hemos planteado en esta intervención, tenga la sensibilidad que ha tenido siempre para nuestro grupo parlamentario y para el resto de los grupos Cámara, y que finalmente podamos conseguir más internacionalización, más presencia española en los mercados internacionales y hacer efectiva la globalización.

Por último, le vuelvo a recordar lo que dije al inicio de mi intervención, y es que consideraríamos muy importante recoger en esta propuesta que le hemos planteado desde Convergència i Unió la posibilidad de recuperar el consenso en un sector tan importante como es el comercio.

El señor **PRESIDENTE:** Por el Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida, tiene la palabra el señor Frutos.

El señor **FRUTOS GRAS:** En mi nuevo aterrizaje en esta Comisión de Economía, me invade no sé si la

perplejidad, la melancolía o las dos cosas en el mismo momento. Creo que los debates de esta Comisión continúan siendo debates formales que tienen poco que ver con la realidad concreta, con los movimientos espectaculares en algunos casos que hay en la realidad concreta, y para más inri carecemos de la debida información en tiempo prudencial. He consultado a un compañero del Partido Socialista, que parece ser recibió ayer o anteayer un informe sobre datos del Ministerio —yo no lo he recibido, a lo mejor lo recibo mañana o pasado mañana—, y por tanto da la impresión de que en esta Comisión, igual que en el resto de las comisiones, sigue el tran-tran de un debate formal que no atiende a los problemas reales que hay en cada momento.

Por ejemplo, vinculado a un debate sobre comercio exterior, sobre turismo, sobre relaciones con la Organización Mundial de Comercio, con Mercosur, etcétera, no hablamos de cosas tan insignificantes como los elementos de recesión que están ya presentándose claramente en el momento actual. Por ejemplo, hablamos de Mercosur y lo que representa y sin embargo no se dice una sola palabra del tangazo que está produciendo un desbarajuste económico y social en Argentina, con la repercusión que tiene en Mercosur y en toda la economía de América Latina.

Las vacas locas no existen. Es una cosa muy controlada que luego nos daremos cuenta de que es una cuestión generalizada sobre la cual tendremos que tomar medidas terribles en torno al comercio, a la sanidad, etcétera, porque está encima de la mesa y cada vez es un elemento más grave y complejo. Pero no lo vemos. El euro tampoco existe. No es nada que tenga que ver con relación al comercio, con relación como se pretendió en su momento a la creación de un polo de referencia monetario internacional que no fuera el dólar, con lo cual yo estaba de acuerdo. Es interesante todavía, pero en la Comisión de Economía, cuando hablamos de temas tan importantes como el comercio exterior, el turismo, las relaciones con la OMC, con Mercosur, debemos discutir sobre temas tan elementales como estos o de la cuestión, que puede ser más recurrente, de la energía, de los carburantes. Habrá algunos elementos políticos que expliquen la actual situación, ¿o es que esto se produce habiendo el mismo número de habitantes en el mundo, existiendo los mismos problemas económicos, sociales, estructurales y culturales? No se produce de forma espontánea en un momento que todo explota, sino que tendrá unas explicaciones políticas fruto de un análisis que se deriva de la situación económica, de la situación social, industrial, comercial, etcétera. En mi nuevo aterrizaje en la Comisión de Economía, después de estar ausente desde hacía cuatro años, me doy cuenta de que esta reforma del Reglamento, que parece ser se va a discutir a partir de enero o de febrero, debería ser en el terreno de las comisiones una revolución en toda regla porque con este tipo de debates, señor secretario —y permítame

que se lo diga, con todo el respeto a su persona, a su capacidad sobradamente comprobada—, no vamos a ningún sitio; no es un debate que interese; no es un debate vivo; es un debate que habla muy colateralmente de las cosas que interesen y eso que usted ha hecho un buen informe, apoyado por el señor Sánchez i Llibre, que, naturalmente por su coautoría como responsable de la política realizada en los últimos años, ha querido apuntarse también el tanto.

Déficit de la balanza comercial. Continúa enjugándose de forma típica y tópica por las entradas turísticas que hay (me da la impresión de que las mismas cantidades, las mismas *ratios* han existido durante décadas) y, en relación con la Unión Europea, el déficit continúa reflejando una realidad negativa para España. A pesar de todo lo que se ha andado durante este tiempo, continúa reflejándose una realidad negativa no obstante el déficit de inversión social que hay en España en relación con la media europea y, sobre todo, al conjunto de los países más destacados en el desarrollo económico.

En cuanto a la OMC, ha propuesto S.S. medidas unilaterales a favor de los países menos adelantados para reforzar —he entendido yo— la capacidad de actuación y su prestigio y evitar que haya una OMC a dos velocidades. Señor secretario, los fracasos que se han producido en las últimas reuniones de la OMC —fracasos parciales porque luego las políticas se continúan diseñando y aplicando desde otro sitio— no se acaban de tener en cuenta; no se explica por qué se producen estos elementos, por qué hay estos fracasos, por qué unos miles de manifestantes en un momento determinado son capaces de colapsar una organización tan importante como la OMC para tomar decisiones serias, como ocurrió en Seattle y posteriormente; por qué hay una contestación radical a una OMC que, a mi entender, no corre el peligro de avanzar a dos velocidades. Es una OMC con una sola velocidad, con gentes, con países con economías descolgadas hoy y desde hace mucho tiempo, que nunca se han colgado pero que, en todo caso, están descolgadas hoy y lo estarán mañana. No hay debate serio sobre la deuda externa y respecto a la inversión que podría representar la deuda interna, con una reactivación del comercio por la participación de sectores que están absolutamente fuera de este circuito comercial, dígame usted cuántos países del África subsahariana están en este comercio mundial o tienen la posibilidad de estarlo. Esto va ligado a la deuda externa, a planes de desarrollo a medio y largo plazo en los cuales la Unión Europea, y dentro de ella España, deberían jugar un papel importante porque no es únicamente un problema de solidaridad hacia estos países prácticamente marginados del circuito comercial y de una mínimamente vida digna. La Unión Europea debería jugar un papel por solidaridad, pero, al mismo tiempo, por inteligencia, porque sin un desarrollo equilibrado, sin unas condiciones básicas de existencia en estos países, difícilmente podremos hablar de la superación de los cuellos de botella fuertes que hay en el

comercio internacional y de los graves problemas que existen en este momento.

Estos son los problemas que hay. Esta Comisión debería tener bastante más agilidad incluso en el envío del material necesario para tener en cuenta las propuestas concretas y no enterarnos cuando llegamos a la Comisión. Ha realizado su S.S. una intervención larga que yo valoro pero que, al mismo tiempo, critico porque no es suficiente para un debate en serio. No hablo de otras cuestiones vinculadas a todo esto, pero podría hablar de las vacas locas, de agricultura, de alimentación, etcétera, vinculado a la deuda y al desarrollo de estos países.

Finalmente, dos cuestiones colaterales, pero importantes. Ha llegado el momento de hacer una reestructuración del turismo en este país. La hubo hace unos cuantos años: modernización de infraestructuras e instalaciones. Es el momento de hacer una reestructuración que englobe el porqué del turismo español. El turismo español es un turismo interesante desde el punto de vista del sol, de la alegría, de las gentes españolas, de las playas, de la comida, del vino, etcétera, pero también es necesario potenciar el turismo cultural, de relaciones entre pueblos, un turismo social que, al mismo tiempo, tiene una vertiente cultural y se ven piedras, monasterios, etcétera. Es el momento de hacer una reestructuración de todo eso, de la misma manera que en su momento se hizo una reestructuración de infraestructuras, de edificios, etcétera, porque había llegado un momento de colapsamiento de aquel turismo que arrancó en la década de los cincuenta.

En relación con los horarios comerciales, me gustaría que fuéramos capaces de discutir a fondo, me gustaría hacer un debate, que, según mi punto de vista, no ha existido. Tratar de los horarios comerciales, del pequeño comercio; en definitiva, tratar de la red comercial, desde el pequeño comercio a las grandes superficies, como un elemento que nos condujera a un tipo de sociedad en el que la calidad de vida y la relación social y cultural entre las personas primara sobre tener los centros comerciales, especialmente las grandes superficies comerciales, abiertas 24 horas, incluidos sábados y domingos, porque ya se sabe que el ser humano no es un *homo sapiens*, sino un elemento comercial, destinado a la compra de productos y, cuantas más horas del día y de la noche estén abiertos los centros comerciales, mejor.

Para terminar esta intervención de mi aterrizaje en esta Comisión, me gustaría que la Comisión de Economía, en el marco de la reforma del Reglamento, fuera capaz de discutir de cosas que tengan interés para la realidad que vivimos, para la realidad que vive la gente en la calle y no discutir cuestiones que pueden conducir a un debate puramente burocrático que no tenga capacidad para incidir en los cambios políticos.

El señor **PRESIDENTE**: Por el Grupo Parlamentario Mixto, tiene la palabra el señor Rodríguez.

El señor **RODRÍGUEZ SÁNCHEZ**: Señor secretario de Estado, si se fija en la fecha en que se registró la petición de comparecencia sobre los horarios comerciales por el Grupo Mixto-Bloque Nacionalista Galego, observará que fue en un momento previo a la discusión del Real Decreto-ley de medidas urgentes de intensificación de la competencia en determinados mercados y servicios; es decir, en el momento justo en que nos enteramos de que el Gobierno preparaba estas medidas liberalizadoras. Ustedes optaron por actuar de forma unilateral, precipitada y prepotente, excluyendo lo que debía ser una norma en estos casos: el diálogo, el equilibrio entre las partes y la posibilidad de tener un debate parlamentario, por lo menos, sosegado.

En relación con el diálogo, me gustaría que supiese que hay malestar en muchas comunidades autónomas, que consideran que sus competencias fueron claramente violadas y, cuando menos, hay una parte de razón en este tipo de queja o de protesta. Usted sabe muy bien que la Ley Orgánica 2/1996 establecía la negociación entre el Gobierno y las comunidades autónomas para la fijación de la libre determinación de horarios en establecimientos comerciales, siguiendo la filosofía del artículo 150.2 de la Constitución española, donde ciertas competencias del Estado se podían transferir a las comunidades autónomas, siempre que se mantuviese esa coordinación con la Administración general.

Usted mismo ya dijo que los horarios comerciales estaban en 72 horas semanales y ocho domingos o días festivos al año. La modificación unilateral por parte del Gobierno estableciendo 90 horas de apertura semanal y 12 domingos o festivos de apertura progresivamente hasta el año 2004, con la liberalización total de las áreas comerciales menores de 300 metros cuadrados, fue una acción del Gobierno que respondió a algunos intereses, pero no a los intereses de la mayoría del sector del comercio. Por si no fuese poco esta falta de respeto por el marco competencial del Estado español, con las consecuencias jurídicas que trae y con el descontento político subsiguiente, hay otra cuestión muy importante, que son las formas.

El Gobierno actúa recurriendo a los reales decretos-leyes, que usted sabe que son procedimientos de carácter extraordinario que tienen que estar justificados por la urgencia, conforme al artículo 86.1 de la Constitución española, e, incluso, que es bastante anormal modificar una ley orgánica por otra de rango inferior puesto que eso infringe la jerarquía normativa que también establece la Constitución española. Está claro que en 1996 se estableció, sin paliativos y sin confusión, que la modificación de los horarios comerciales en el sentido de posibilitar la total liberalización no será de aplicación hasta que el Gobierno, junto con los gobiernos de las comunidades autónomas, así lo decidan y no antes del 1 de enero de 2001. Sin duda, el Partido Popular no avisó ni siquiera en la campaña electoral, tampoco en su programa, lo cual quiere decir que es perfectamente consciente

de que su actuación sigilosa y por sorpresa dañaba objetivamente una parte muy importante del sector del comercio, y curiosamente dañaba a una parte importante de su electorado, lo cual nos habla con claridad de la diferencia que existe entre conciencia subjetiva de los electores y sus intereses objetivos a la hora de votar.

Esta reforma, señor secretario de Estado, era innecesaria. Solamente la Comunidad de Madrid recurrió a establecer más días de apertura de festivos al año (en concreto, 14) y es curioso que sea esa comunidad autónoma la que, entre 1996 y el año 2000, vio desaparecer 18.821 pequeños comercios (un 21,8 por ciento) y vio disminuir el empleo en un 20,4 por ciento, es decir, ayudó de una manera descarada a la concentración de la distribución comercial. Además de innecesaria, sigue siendo profundamente injusta para la sociedad en su mayoría. En concreto, los consumidores no exigíamos mayoritariamente que se aumentase el número de apertura de festivos al año. Hay una célebre encuesta del CIS que así lo demuestra. Además, los trabajadores del comercio —unos son asalariados y otros autónomos— lo único que consiguen con estas medidas es que su situación sea más precaria, viéndose obligados a una competencia que no va a repercutir en una mejora del servicio y tampoco en el índice de precios al consumo. Ustedes siempre propagan que es necesario que el domingo se considere un día de descanso; las resoluciones del Parlamento Europeo se orientaban en ese mismo sentido desde diciembre de 1996 y la Organización Internacional de Trabajo recomendaba el domingo como día de asueto, con la excepción de los servicios públicos esenciales, cosa que no sucede con el comercio en general. Esto contribuye, como ya se demostró en la Comunidad de Madrid, a la pérdida de empleo y a la precariedad en su conjunto. En concreto, todas las federaciones de comercio del Estado español calculan que se van a perder entre 34.000 y 65.000 empleos como consecuencia de este Decreto-ley de medidas liberalizadoras. Usted sabe que se atentaba contra la circulación de bienes y servicios y contra la unidad del mercado al cambiar de esta forma repentina y por sigilo el horario de los comercios. Por otra parte, es claro que debieran ser las comunidades autónomas las que tuvieran la competencia plena para la fijación de los días máximos de apertura, puesto que hay que tener en cuenta consideraciones de tipo histórico, social, turístico e incluso cultural y, por qué no decirlo, es muy legítimo, la incidencia que la fijación de días, máximos o mínimos, tiene en el comercio de carácter tradicional.

Acabo, señor presidente, diciendo que las contestaciones del señor secretario de Estado, que han sido parcas, no pueden pivotar sobre que se va a crear empleo, afirmación que es negada por los hechos consecuencia de este tipo de políticas, y tampoco que hay ventajas competitivas para el pequeño comercio, ya que la mejor ventaja es un marco competencial respetado, discutido y más equilibrado. En último extremo, al Blo-

que Nacionalista Galego le parece que la medida se tomó de forma rápida y sigilosa, de manera súbita y no figurando en el programa del Partido Popular, porque en el fondo responde a la presión de las grandes cadenas comerciales. Todo el mundo sabe que las grandes cadenas de distribución comercial que reparten la tarta en el Estado español son tres y que quieren repartirla mucho más para que nuestro Estado no sea uno de los tres de la Unión Europea con menor concentración de venta en manos de grandes cadenas de distribución.

El señor **PRESIDENTE**: Por el Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra el señor Delgado.

El señor **DELGADO ARCE**: Señorías, señor secretario de Estado, sean mis primeras palabras de bienvenida en nombre de mi grupo y agradecerle la exhaustividad con la que ha tocado todos los temas objeto de las distintas comparecencias que se le han planteado en la mañana de hoy. Por cierto, ninguna de ellas se puede resumir en pocas palabras, ya que su contenido es mucho y muy importantes los temas que abordan. Hemos visto un esfuerzo por darnos la mayor información posible y por hablar con claridad. No es ésta su primera comparecencia en esta Comisión, sino que ya vino el 10 de octubre para explicarnos los Presupuestos Generales del Estado relativos al área de su competencia y allí no sólo escuchamos números, sino filosofías y proyectos que avalaban las cantidades económicas consignadas.

Ha comenzado su intervención haciendo una valoración de la situación económica de España y ha incidido en el nivel de crecimiento de nuestra economía, que afortunadamente ha estado por encima del crecimiento de la economía europea, con la gran ventaja de que con nuestra política económica ese crecimiento se ha traducido también en creación de empleo, todo ello en el marco de una situación de fuerte crisis energética que en nada favorecía este crecimiento. La vertiente de crecimiento del comercio exterior, como usted ha explicado, ha tenido desde nuestro punto de vista un balance muy positivo desde 1996 hasta el actual año 2000. Nos congratulamos de este enorme grado de apertura del sector exterior de la economía española, puesto que ha sido una variación fundamental con respecto a una situación anterior en la que España era un país cerrado, poco internacionalizado y hoy hemos escuchado que somos la segunda economía más abierta después de Canadá, algo que sorprenderá a muchos, pero que nos consta obedece a la realidad.

Las exportaciones han experimentado un crecimiento elevado y real durante el período 1995-1999, habiendo sido superior al 10 por ciento. Nuestras exportaciones han crecido en volumen un 12,5 por ciento y se prevé que crecerán al menos un 9,5 por ciento en el año 2000, cuando termine; y para el 2001, un 8,8 por ciento. Estas cifras nos parecen altamente satisfactorias, como también lo es la comparativa con el crecimiento del merca-

do mundial, puesto que hemos crecido tres puntos más por encima del comercio mundial en volumen.

Hoy estamos hablando de exportaciones, pero creemos que el concepto está superado por uno más amplio, el de internacionalización. El señor secretario de Estado se ha referido en su comparecencia a que, después de Estados Unidos, somos el segundo inversor en Latinoamérica, lo cual nos da un peso específico importante en aquellos países. La inversión directa de España ha batido todos los récords en el exterior. Se ha referido a las previsiones para el año 2000, a la sólida posición competitiva de España en la mayoría de los mercados exteriores y, en especial, a ciertas áreas geográficas en las que tradicionalmente España no tenía un buen comportamiento. Es importante que nuestras exportaciones a la Unión Europea crezcan, y lo han hecho también en este período, porque, contrariamente a lo que se ha afirmado en esta sala por alguno de los grupos parlamentarios, nuestra exportación creció un 15,1 por ciento en los países de la zona euro y un 17,3 por ciento hacia los países de la Unión Europea no integrados en la zona euro; hemos crecido en las exportaciones a Alemania en un 11,2 por ciento y a Francia en un 18,3 por ciento. Pero es más significativo el crecimiento de las exportaciones en relación con los Estados Unidos, donde en una economía fuerte como aquella hemos crecido un 32 por ciento o en el caso de Asia, donde España tenía un tradicional déficit de apertura de entrada con nuestros productos; hemos crecido en el continente asiático un 23,4 por ciento, especialmente gracias a la fuerte recuperación del sudeste asiático con un 29,4 por ciento. Por tanto —repito—, sólida posición competitiva de las empresas españolas en la mayoría de los mercados exteriores.

Hemos escuchado también las reflexiones sobre el crecimiento de las importaciones en España, que lo ha hecho con fuerza, pero también su tendencia a desacelerarse y el enorme componente que ha tenido en ese crecimiento real el precio de los productos energéticos, que afectan por igual a todas las economías y la nuestra no podía ser distinta. Nos parece también realista el conjunto de previsiones que se hacen en relación con los meses que quedan para este año 2000 y los que se avecinan del próximo año 2001. Es cierto que constatamos esta desaceleración del déficit comercial y esto resulta importante.

A continuación, se ha referido S.S. a un conjunto de líneas de actuación en distintos ámbitos como es en materia de política comercial. Nos parece relevante la reflexión que ha hecho usted en relación con el lanzamiento de una nueva ronda global en el marco de la Organización Mundial del Comercio, una organización que es vital para el desarrollo del comercio internacional y de un conjunto de actuaciones que mejoren la confianza de los países más pobres y en vías de desarrollo en la organización. Nos parecen acertadas —y se lo queremos trasladar— las políticas que España está

desarrollando en el marco de la Unión Europea para lanzar esta nueva ronda global de negociaciones a la OMC, defendiendo, como es lógico, planteamientos comunes con el resto de los países de la Unión Europea, pero también planteamientos propios de España como son otorgar a la pesca un tratamiento específico o como son los de ligar las concesiones en agricultura a intereses ofensivos en el mismo sector.

Nos parece también relevante impulsar la ampliación de la Unión Europea a los países de Centroeuropa como objetivo de la política comercial y en este sentido valoramos todas las medidas que se tomen para reforzar la presencia de nuestras empresas en estos mercados que van a tener un importante papel, que ya lo tienen hoy. Insistimos, como lo ha hecho el representante de Convergència i Unió y lo ha puesto usted de manifiesto, en que es importante ampliar la red de convenios de doble imposición, dando prioridad a los convenios pendientes con América Latina y con Asia, porque estos convenios dan seguridad a nuestras empresas. Celebramos también la información que nos da del desarrollo de una ley de comercio electrónico que es necesaria en este momento no sólo para garantizar la confianza de los usuarios en la red, sino también para que un mayor número de operadores empresariales estén en este mercado virtual cada día más importante. Nos ha hablado también de políticas de incremento del número de operadores económicos con presencia internacional y de apoyo internacional a las pymes y vemos con agrado que se sigan intensificando las actuaciones en el plan PIPE. El citado plan PIPE lo conocemos no sólo por las cifras, sino por la experiencia directa en nuestros propios territorios, a los que representamos, donde hemos visto que empresas que no tenían ninguna presencia en el exterior, gracias a estos planes han conseguido abrir mercados y, lo más importante, invertir incluso en el exterior. Quiero dar nuestra valoración positiva al conjunto de medidas que nos ha explicado en esta comparecencia, así como a la reflexión que ha hecho sobre el FAD, como un instrumento de gran utilidad en la cooperación económica y en la promoción comercial, así como el papel que tiene que jugar España en la asignación de los recursos en las instituciones financieras internacionales.

Se ha dicho en esta sala que las políticas por usted expuestas no tienen consignación presupuestaria y que, por lo tanto, no dejarían de ser meras intenciones. Las asignaciones presupuestarias deben ponerse en relación con la gran medida de promoción del comercio exterior español, que es sin duda la propia fortaleza, el prestigio de nuestra economía. La economía española, en función del rigor con que ha sido llevada en estos últimos años, ha permitido que nuestras empresas se presenten en el exterior con un auténtico carné de credibilidad y que nuestra economía sea muy valorada en todos los mercados internacionales. Así que no minusvaloremos el conjunto de la política económica, porque esa sería la gran medida de apoyo de todo nuestro sec-

tor exterior. Además, en la comparecencia del 10 de octubre se pusieron de manifiesto todas y cada una de las partidas presupuestarias, tanto en relación con el Instituto de Comercio Exterior como con Cofides, con los fondos de ayuda al desarrollo, con la apertura de oficinas en el exterior, como con los foros internacionales multilaterales que se van a hacer y que van a incidir en el cumplimiento de los objetivos de política de promoción exterior de España.

Voy a referirme (porque sé que estamos ya en una hora avanzada; después, mi compañera Susana Camareiro se referirá brevemente al turismo) a las cuestiones de comercio interior. Es evidente que cuando se presentó esa iniciativa esos decretos aún no habían sido adoptados. Se aprobaron dos días después y se convalidaron en esta Cámara el 29 de junio, donde hubo un debate amplio, sosegado y maduro sobre los planteamientos de las distintas fuerzas políticas en relación con el conjunto de medidas del decreto que intensificaba la competencia de mercados de bienes y servicios. Nosotros consideramos que el Gobierno mantuvo perfectamente el reparto entre las distintas administraciones que, por cierto, ya estaba fijado en 1995. Conviene recordar, para que nadie se olvide, que finalizaba en diciembre de 2000, que no se ha hecho otra cosa que determinar una prórroga hasta el año 2005 del régimen transitorio en materia de libertad de horarios y que se sigue manteniendo, como no puede ser de otra manera, la capacidad de las comunidades autónomas para adecuar el ejercicio de la actividad comercial a las peculiaridades de su territorio. Las medidas relativas a horarios comerciales se establecieron justamente para discriminar al pequeño comercio de forma positiva, para darle una oportunidad en el marco de la libertad de decisión, que le permita tomar decisiones libres en relación con los días de apertura; posibilidad que en modo alguno se da al comerciante, al empresario que tenga un establecimiento de más de 300 metros cuadrados.

El Partido Popular, el Grupo Parlamentario Popular, el Gobierno al que sustentamos tiene credibilidad en materia de apoyo a la pequeña y mediana empresa y tiene credibilidad en materia de apoyo al comercio. En la anterior legislatura actuamos muy intensamente con medidas que modificaron el marco fiscal del comercio y de las pequeñas y medianas empresas. Recordaré la reducción de los módulos, las bonificaciones del 95 por ciento de la base imponible por la transmisión de las empresas familiares en el impuesto de sucesiones, las reducciones del impuesto sobre sociedades, etcétera. Como es normal, desarrollaremos nuestro programa electoral en el conjunto de esta legislatura y hablaremos en esta Cámara y en esta Comisión de muchas y muy variadas medidas que apoyarán al pequeño comercio, a la pequeña y mediana empresa, sobre las que negociaremos y sobre las que dialogaremos, como decía el señor Sánchez i Llibre. Desarrollaremos los compromisos que hemos adquirido en el ámbito fiscal para la supresión del

impuesto sobre actividades económicas para las pequeñas y medianas empresas; las medidas para analizar las cuestiones de empleo que afectan a este sector; las cuestiones de Seguridad Social que afectan a muchos de los empresarios que ejercen en este sector, y seguiremos hablando de asociacionismo y de urbanismo comercial. Todo ello lo vamos a hacer —repito— impulsados por este grupo parlamentario que sostiene al Gobierno. No en vano se creó en el seno de esta Comisión una subcomisión, que comenzará a trabajar muy pronto, para el estudio de esta problemática.

En su comparecencia, señor secretario de Estado, nos ha hablado de todos estos aspectos, aunque no ha podido desarrollar algunos por la premura de tiempo, pero estoy seguro de que los debatiremos a lo largo de esta legislatura y se traducirán en unas mayores ventajas y beneficios para el importantísimo sector de la distribución comercial y del pequeño comercio.

Señor presidente, le cedo la palabra a doña Susana Camarero.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra la señora Camarero.

La señora **CAMARERO BENÍTEZ**: Quiero agradecerle, señor Costa, su extensa y exhaustiva comparecencia. Me corresponde a mí, desde el Grupo Popular, hacer una valoración de la parte dedicada al turismo. Quiero expresarle mi satisfacción y la de mi grupo por su especial atención a este sector que ha sido objeto de su comparecencia y al que usted, como secretario de Estado de Comercio y Turismo, ha dedicado buena parte de su intervención.

Sabemos que el turismo es uno de los motores de crecimiento económico de España, que es un elemento fundamental que contribuye al equilibrio de la balanza de pagos, que emplea al 10 por ciento de la población ocupada, que tiene un efecto multiplicador sobre otros sectores como transporte, construcción o agricultura, que es un importante polo de atracción de inversiones extranjeras y que contribuye de forma significativa a la redistribución especial de la renta. Sin embargo, siendo esta una realidad, no es menos cierto que las administraciones públicas, la local, la autonómica y la central, deben tomar conciencia de la importancia del sector y cuidarlo y mimarlo como se merece.

El Gobierno del Partido Popular, y en este caso desde la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, está trabajando de forma eficaz y adecuada en este sector. Se está haciendo una política turística basada en el turismo de calidad, sostenible y respetuoso con el medio ambiente, como hemos escuchado en su comparecencia. Nada es fruto de la casualidad y gracias a esta política España hoy es la segunda industria turística del mundo, como usted decía, y, por eso, entre 1996 y 1999 el incremento en este sector fue del 28 por ciento, frente al 10 por ciento del turismo mundial, y en el año 2000 sigue habiendo un notable crecimiento.

No voy a repetir, señor Costa, las cifras que ha dado, pero son incuestionables y una demostración palpable de que el Gobierno está haciendo un gran esfuerzo por mejorar el turismo en España y de que no hay conformismo en el ejecutivo, sino que se buscan nuevas estrategias para superar los éxitos anteriores. Buena prueba de ello es que si 1999 fue un año excelente en resultados, el reto ha sido superado y los datos actuales junto con las previsiones, hacen pensar que en 2000 no sólo se va a mantener el nivel del año anterior, sino que se van a mejorar los resultados.

En el Grupo Popular pensamos que España tiene unas potencialidades para el turismo que no se habían sabido aprovechar y en los últimos años el Gobierno del Partido Popular ha estado mejorando la política turística para sacar mayor rentabilidad a uno de nuestros sectores productivos más importantes. Sin embargo, es necesario adoptar nuevas decisiones, nuevas políticas para seguir sacándole jugo al inmenso potencial que tenemos y que no podemos desaprovechar. Debemos adaptar ese sector tan cambiante a las necesidades de la realidad actual. Por eso, desde el Grupo Popular, nos alegramos de que se estén realizando unas nuevas políticas como las que hemos escuchado en su comparecencia, donde usted nos ha relatado los cuatro objetivos básicos realizables a través de más de veinte medidas concretas.

Señor Costa, yo, igual que mi compañero, no he echado de menos cifras macroeconómicas porque hoy no estamos en la comparecencia de presupuestos, que ya tuvo lugar hace unas semanas y a la que usted asistió, sino que estamos celebrando la comparecencia de política general de su Secretaría de Estado y la cuatrimestral, donde se deben exponer, como usted ha hecho, las líneas generales de su departamento. Si hablamos de estos objetivos y medidas expuestas, nos gustaría destacar muy brevemente algunos de ellos como el incremento de la calidad para satisfacer las demandas en permanente transformación, además de acortar los períodos vacacionales y distribuirlos a lo largo del año; la aparición de nuevas motivaciones, con lo que surgen nuevos destinos y una mayor capacidad de elección del mercado que las nuevas tecnologías vendrán a aumentar. Respecto a estas nuevas tecnologías, sabemos que uno de los retos de la promoción turística en el exterior será la utilización de unas nuevas tecnologías de la información que se conviertan en nuevo factor de competitividad del producto turístico final, aumentando la eficacia y ofertando nuevos productos, además de modificar el sistema de comercialización con reducción de costes, destacando en esta cuestión la buena acogida de la página web de Turespaña.

Insistiendo en el objetivo fundamental de la calidad, le queremos felicitar por la puesta en marcha del Instituto para la Calidad Turística Española y por elegir para dirigirlo a un hombre con una amplia experiencia en el campo del turismo y ex compañero nuestro, además de

destacar el impulso a la calidad de los productos para potenciar la desestacionalización y la desconcentración de los flujos turísticos y a la calidad medioambiental de los hoteles, porque vemos que no han dejado de lado la preocupación por el medio ambiente en sus políticas, sino, todo lo contrario, la han potenciado a través de la figura del municipio verde. Para finalizar el repaso de su intervención, también nos gustaría destacar el impulso dado a las alternativas de turismo de sol y playa, entre ellas la promoción de turismo cultural, turismo de congresos, turismo en comarcas mineras, turismo de salud o deportivo, o de ocio a través de los parques temáticos.

No quiero terminar, señor Costa, sin felicitarle por la creación de la Secretaría General de Turismo, que demuestra la sensibilidad de su Gobierno hacia este sector. Señor Costa, agradeciéndole de nuevo su comparecencia quiero trasladarle el apoyo y el ánimo del Grupo Popular para que usted siga realizando, como hasta ahora, una política eficaz en materia turística.

El señor **PRESIDENTE**: Para responder a las cuestiones de los distintos portavoces parlamentarios, tiene la palabra el secretario de Estado de Comercio y Turismo.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO** (Costa Climent): Saltándome el orden de intervenciones, si les parece, empezaré por el señor Frutos y por el representante del Grupo Mixto, que están aquí en estos momentos.

Yo coincido plenamente, señor Frutos, en que en esta Comisión hay que hablar de las cuestiones que son importantes desde el punto de vista político, y yo le quiero trasladar que estoy aquí para hablar de lo que ustedes consideren oportuno; por tanto, que mi intervención inicial no limite los posibles temas de debate. Usted ha hecho referencia a algunos que me parecen importantes. Yo no puedo trasladarle información adicional a la que ya han manifestado miembros del Gobierno sobre algunas de las cuestiones, pero sí puedo comunicarle por lo menos mis impresiones personales sobre algunas otras.

Se ha referido, por ejemplo, a la situación de Argentina. Al Gobierno le preocupa, como es obvio, y la sigue de cerca, por la importancia que tiene su economía en toda esa área geográfica y en los mercados de América Latina y por la importancia que tiene desde el punto de vista de la estabilidad financiera en la zona. Hemos estado trabajando a lo largo de los últimos meses con el Gobierno argentino discutiendo con ellos cuáles son, en nuestra opinión, las medidas necesarias para apoyar su estabilidad económica. Argentina está trabajando con el Fondo Monetario Internacional y nosotros también llevamos varias semanas haciéndolo. Creemos que los compromisos políticos de medidas internas que están asumiendo el Gobierno y los partidos políticos en

Argentina van en la dirección adecuada y el Fondo Monetario cuenta con el respaldo del Gobierno de España en cuanto a las medidas de carácter financiero y de condicionalidad que pueda imponer o fijar a aquel país para garantizar la estabilidad macroeconómica del área y la estabilidad financiera de Argentina. Por tanto, compartimos las preocupaciones, señor Frutos, y yo le agradezco que usted haya planteado aquí esta cuestión.

Con relación al euro, a la situación de éste respecto al dólar y a la incidencia que tiene en las transacciones económicas y en el déficit comercial, yo creo que esa también es una preocupación compartida por este Gobierno y por los principales partidos políticos, no solamente en España sino también en el ámbito de la Unión Europea.

Yo creo que en estos momentos la actual valoración del euro con relación al dólar no recoge la realidad del valor y de los fundamentos de las economías europeas y de la economía americana. Probablemente uno de los principales factores que influyen en la situación actual del precio euro-dólar obedece a las decisiones tan importantes que el sector privado puede estar adoptando en materia de inversiones; en ocasiones se están planteando operaciones aisladas que equivalen a cualquier decisión de intervención del Banco Central Europeo para reforzar la posición de una moneda. Desde luego los flujos inversores de la Unión Europea hacia Estados Unidos y hacia otras áreas de referencia donde las inversiones se materializan en dólares están contribuyendo de una manera clara a ese movimiento y a esa valoración económica de las monedas en estos momentos y pone de manifiesto la apuesta de los inversores europeos y españoles por la inversión en el exterior y en empresas de otros mercados en moneda dólar. Es una situación que le preocupa al Gobierno, en la que está permanentemente centrado y que además afecta a cuestiones como, por ejemplo, nuestro déficit comercial. El efecto neto de la depreciación del euro respecto al dólar en nuestro déficit comercial es negativo y eso avanza en la idea y en la visión del Gobierno de que el euro tiene que ser una moneda que recoja fielmente los fundamentos de la economía europea y, por tanto, en ningún caso se apuesta por una moneda infravalorada como instrumento de estímulo a la presencia exterior de nuestras empresas, sino todo lo contrario, por una moneda estable que recoja los fundamentos reales de la economía europea.

Ha hecho referencia a un debate que también me parece extraordinariamente importante y es a qué obedecen esos fracasos, entre comillas —como creo que usted los ha calificado—, de la OMC. La OMC es un instrumento extraordinario para garantizar el desarrollo económico a nivel mundial y la mejora del comercio internacional, y desde esa perspectiva, como digo, su aportación al crecimiento del conjunto de las economías mundiales es importante, pero la OMC, como cualquier instrumento, tiene que hacer sus propias reflexiones y tiene que ver si está respondiendo con realidad y con

eficacia a los retos que se plantean. Hay cuestiones que claramente deben ser reconducidas y que inciden en eso que usted ha calificado como unos ciertos fracasos de la OMC: la falta de transparencia interna y externa claramente es una debilidad de la OMC en la que tiene que trabajar para superarla; quizá la necesidad de tener un mayor contacto permanente a la hora de definir políticas y de valorar y analizar inquietudes y percepciones con la sociedad civil; la necesidad —y es una de las políticas que está impulsando la Unión Europea, y dentro de ella España— de evitar una OMC a dos velocidades y de adoptar medidas que garanticen una mejor incorporación al comercio de los países menos adelantados y de los países en vías de desarrollo, que tiene que ser una política clara; y desde luego la necesidad de que las cuestiones se debatan en bloque, que es la mejor manera de que todas las partes, todos los actores, puedan conseguir ganancias o mejorar sus posiciones para que al final el resultado en la negociación sea eso, que todo el mundo obtiene ventajas, que todo el mundo se ha visto afectado por contrapartidas, pero que el balance general es positivo para todos sin excepciones y sin exclusiones. Es imprescindible que trabajemos para evitar esa situación que claramente afecta a la imagen y a las posibilidades de desarrollo del comercio internacional y del futuro de la OMC como institución.

Coincido también en la necesidad de impulsar el turismo desde el punto de vista cultural. En España, que hemos sabido hacer mucha política turística durante muchos años, de la que hemos vivido, quizá en muchas ocasiones, por el hecho de que esa política turística y el turismo hayan funcionado bien, no nos hemos centrado como debíamos haberlo hecho en promocionar y potenciar otros productos turísticos en los que España puede tener un valor añadido extraordinario, que además avanza en la mejora del conocimiento mutuo con muchos otros países. Yo creo que el turismo cultural es uno de ellos y luego voy a hacer alguna referencia sobre cuáles son en mi opinión las iniciativas que hay que plantearse.

En cuanto a los horarios comerciales, y contesto también en parte con esto a lo que ha manifestado el representante del Grupo Mixto, yo creo que no podemos decidir en esta Cámara y no puede decidir tampoco el Gobierno —y permítame que se lo traslade de esa manera— qué es lo que quiere en cada momento el consumidor y el ciudadano y cuáles son sus necesidades. Sería ir demasiado lejos. Lo que no entiendo es por qué preocupa que exista un marco adecuado de libertad, desde el punto de vista económico y de la competencia, y que sean los agentes económicos y los consumidores los que decidan en qué condiciones se les presta un mejor servicio y qué oportunidades de negocio tienen. El Gobierno cuando ha modificado el marco en materia de horarios comerciales no ha impuesto ninguna obligación a nadie. No está obligando a los consumidores españoles a que vayan a comprar los domingos. No está

obligando a las grandes cadenas de distribución o a los pequeños establecimientos a que abran los domingos en España. Lo que ha hecho es permitirles, igual que sucede en la mayor parte de los sectores económicos, que esa opción la puedan ejercer o la puedan poner en marcha en función de lo que consideren oportuno: en función de las demandas del consumidor, de las oportunidades de negocio, de lo que consideren que es adecuado para los intereses económicos de los agentes, de la patronal y de los sindicatos, pero el Gobierno no impone ninguna obligación a nadie, ni prejuzga cuál es el papel o la intención que mueven a la persona y a los ciudadanos en estos momentos, desde el punto de vista vital, en un festivo. Por tanto, lo que no comprendo es por qué se le tiene tanto miedo a establecer un marco de libertad para que sean los agentes económicos y los ciudadanos los que decidan libremente qué es lo que quieren en cada momento y si es una necesidad que exista una apertura los domingos o que se cierre más tarde entre semana o que a lo mejor al mediodía esté abierto, en lugar de abrir a las nueve y media o a las diez de la mañana. Desde el punto de vista económico, hay que dar las mayores facilidades posibles a todos los agentes económicos. Además, creo que es una medida positiva, desde el punto de vista del empleo y de darle más oportunidades de trabajo a los jóvenes españoles y a otras personas que no se han incorporado al mercado de trabajo. Por otro lado, decir que la libertad de horarios ha supuesto reducir el número de establecimientos comerciales en el ámbito de una comunidad autónoma como por ejemplo Madrid, es desconocer la realidad de las estadísticas. En Madrid no se han reducido los establecimientos comerciales pequeños como consecuencia de la libertad de horarios. Decir que se perjudica el empleo por la libertad de horarios en el sector de la distribución también es desconocer la realidad de las estadísticas económicas y de creación de empleo. Los períodos en los que más empleo ha creado la economía española, en la etapa en que gobernaba el Partido Socialista y en estos momentos, en la etapa en que gobierna el Partido Popular, en el sector de la distribución, han sido en esos momentos en que ha habido un marco de libertad de horarios y no en esos otros con un marco de restricción de horarios comerciales. Por tanto, a mí me gustaría que este fuera un debate que se afrontara sin ningún tipo de prejuicios y poniendo de manifiesto cuál es la realidad de las cosas, y la realidad es que el Gobierno lo que pretende es que haya más libertad para que sean los agentes económicos y los ciudadanos los que decidan, y no seamos nosotros los que estemos prejuzgando cuáles son las preferencias o cuáles son las prioridades en cada momento de los ciudadanos y de los consumidores.

Aprovecho la oportunidad también para contestarle al señor Sánchez i Llibre sobre esta cuestión. Esa petición de recuperación de consenso, que yo, se lo digo honestamente, le agradezco mucho, no es sólo una pretensión de CiU. El Gobierno y el Partido Popular le ha

estado trasladando también a su grupo, a lo largo de bastante tiempo, la voluntad de recuperar el consenso y de tomar decisiones en materia de política comercial y del sector de la distribución recuperando esa forma de trabajar que hemos tenido en otros momentos y, desde luego, el Gobierno generaliza al resto de los grupos de esta Cámara. Yo creo que hay cuestiones que son importantes para el pequeño comercio en las que podemos trabajar conjuntamente, como la necesidad de acometer retos en materia de nuevas tecnologías y de la sociedad de la información, o de qué manera el pequeño comercio puede ser un instrumento desde el punto de vista del desarrollo urbano y de la política turística. Voy a poner aquí un ejemplo. Si Madrid tiene la posibilidad de que sus pequeños comercios —y es una facultad que tienen hoy los comerciantes españoles— estén abiertos los domingos, desde el punto de vista turístico es un instrumento magnífico de promoción de las ciudades, en este caso de promoción de Madrid. Si en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, que tiene dos millones y medio de habitantes y recibe diez millones de visitantes todos los años, fundamentalmente domingos y festivos, los comercios tienen la oportunidad de abrir los festivos, es un magnífico instrumento desde el punto de vista de la promoción turística de una zona. Por tanto, creo que todo aquello que sea trabajar para garantizar un marco adecuado de funcionamiento del pequeño comercio y para cumplir con otros objetivos y con otras prioridades desde el punto de vista de la política económica, es una actuación y comparto desde luego —y se lo agradezco al señor Sánchez i Llibre— esa voluntad que manifiesta en estos momentos de trabajar conjuntamente con otros grupos parlamentarios y por supuesto con el Gobierno para diseñar una política adecuada en materia de distribución comercial.

Estoy también totalmente de acuerdo con el compromiso político de aumentar nuestra red en materia de convenios para evitar la doble imposición y de acuerdos internacionales y de seguir trabajando en la puesta en marcha de políticas de apoyo a la internacionalización que hemos puesto en práctica en el pasado, como por ejemplo las políticas fiscales que hemos tenido también la oportunidad de mejorar al inicio de esta legislatura. Tomo nota también de su preocupación y de su interés por el hecho de que la Unión Europea no se quede sola y aislada en lo que son las definiciones de sus prioridades de política comercial a la hora de llegar a acuerdos con otras áreas geográficas y, por tanto, creo que son temas en los que vamos a tener la oportunidad de trabajar también conjuntamente en el futuro.

Con relación a las cuestiones que me ha planteado el señor Díaz, le diría en primer lugar sobre que esta es una comparecencia tardía que yo no diseño los órdenes del día ni soy el que decide en qué momento se reúne la Comisión. He tenido muchísimo interés en que esta comparecencia se celebre en estos momentos. Por tanto, estoy a su entera disposición para cuando esta Comi-

sión lo considere oportuno comparecer y exponer las líneas de lo que son las actuaciones políticas de la Secretaría de Estado de Comercio. Si a usted le parece que la comparecencia ha sido tardía, a mí probablemente también... **(El señor Díaz Díaz: En el primer período.)** Si le parece bien, le contesto a todas las cuestiones, porque si solamente le he dicho una cosa y ya me responde desde el escaño, me parece que va a ser complicado que podamos avanzar.

Estoy a disposición de la Comisión de Economía. Salvo por causa de compromisos de Estado o compromisos internacionales, que estoy seguro de que SS.SS. comprenden, respetan y respaldan totalmente, sepan que estoy dispuesto a comparecer cuando lo consideren oportuno.

En segundo lugar me ha expresado una queja sobre la información. Aparte de que ya nos conocemos todos porque llevamos mucho tiempo trabajando juntos, lo que no quería era venir a esta comparecencia y darles unos datos que no fueran los mismos que figuraban en su documentación. Les he remitido los datos del sector exterior al mes de septiembre, cerrados el viernes de la semana pasada con las cintas de aduanas, para que tengan exactamente la misma información que he utilizado en mi comparecencia. Son datos que no se han hecho públicos y que no conocía la prensa tampoco. Por tanto, lo que le quiero trasladar es que mi intención ha sido que dispongan de la información que iba a utilizar en la comparecencia, porque lo que me parece que no tiene ningún sentido tampoco es que yo les dé a ustedes con dos o tres semanas de antelación los datos del mes de agosto y yo me siento aquí a exponerles cuál es la situación del comercio exterior y me refiera a los datos de septiembre. Créame, ha sido imposible suministrarlos antes del lunes a primerísima hora de la mañana, porque son datos que todo el mundo conoce con qué periodicidad y en qué fechas se publican, y en estos momentos acabamos de cerrar los del mes de septiembre. He intentado darles la mejor información posible. Si ustedes no comparten ese punto de vista, lo lamento y desde luego estoy a su disposición para que hablemos sobre cuál es la información más adecuada para el buen trabajo de esta Comisión.

Me dice, en tercer lugar, que la presentación ha sido sesgada. Yo no he hecho más que dos valoraciones y me he referido a todos los datos en materia de comercio exterior. He hablado de los datos en volumen, de los datos en valor, de cuál es la situación española en relación con la Unión Europea, he hablado de cuál es la situación española en relación con otras áreas geográficas y, además no he puesto ningún calificativo: No he dicho que la situación del sector exterior sea espectacular, boyante ni nada por el estilo y, sin embargo —se lo tengo que decir con todos los respetos—, en su intervención me da la impresión de que ha habido una cierta intención crítica cuestionando una presentación que ha sido fundamentalmente aséptica de cuáles son los datos.

El Gobierno no está contento con tener déficit comercial y esa es una preocupación de política económica que cualquiera que tenga responsabilidades en el Ministerio de Economía va a compartir. Que usted no reconozca que en estos momentos nuestro sector exterior ha cambiado su tendencia de comportamiento respecto al año 1999 y al año 1998; que no queramos reconocer que estamos ganando cuota de mercado; que no queramos reconocer que nuestras exportaciones están creciendo más que las importaciones en volumen, que es como se presentan los cuadros macroeconómicos y los Presupuestos Generales del Estado, no es una presentación sesgada o que no coincide con la realidad; que no queramos reconocer que aproximadamente el 75 por ciento del aumento de nuestro déficit comercial obedece al crecimiento de los precios del petróleo y que queramos ver la tendencia en estos momentos del sector exterior como negativa yo creo que eso no coincide con la realidad. En estos momentos nuestro sector exterior se está comportando con una tendencia que es la positiva, en la que se va a reducir la aportación negativa del sector exterior al crecimiento del PIB, en la que nuestras exportaciones ganan cuota de mercado y en la que los productos españoles mejoran su posición y su competitividad a nivel internacional.

Usted me dice que con relación a la Unión Europea perdemos competitividad, que nuestros productos no son competitivos. Yo le he dado dos datos y se los voy a volver a repetir. Primero, nosotros exportamos más a la Unión Europea de lo que está creciendo el comercio en el ámbito de la Unión Europea; por lo tanto, eso ya pone de manifiesto que nosotros mantenemos cuota de mercado. Pero le he dado otro dato y es que España y las exportaciones españolas a Estados Unidos o a algún país de Asia crecen más de lo que crecen las exportaciones de la Unión Europea a esos mercados. Es decir, si hablamos de la depreciación del euro, ¿es que la depreciación del euro o la situación del euro beneficia más a la economía española que a la economía europea? Yo creo que es una prueba clara de que desde el punto de vista de la competitividad estamos ganando cuota de mercado en muchos países en los que están compitiendo nuestros socios en la Unión Europea y, sin embargo, estamos vendiendo en esos países mucho más de lo que ellos están vendiendo. También le he dado las previsiones de crecimiento de la cuota de mercado del sector exterior español a nivel internacional en el período 1999-2001, y es un crecimiento de la cuota de mercado del 5 por ciento.

La inflación es una preocupación constante de este Gobierno porque estábamos acostumbrados a unas tasas de inflación que claramente lastaban y minaban la competitividad de la economía española, con independencia de factores coyunturales y de *shocks* externos. Claro que nos preocupa la inflación y por eso hemos trabajado durante más de cuatro años intentando cambiar la situación de la economía española desde el punto de vista del

comportamiento de los precios. Usted reconocerá que hoy cuando hablamos de una inflación por encima del 3 por ciento nos preocupamos y probablemente eso hace cinco o seis años sería un éxito en materia de política económica. Por lo tanto, no me diga usted que no nos preocupamos de la inflación y que el Gobierno no toma medidas en materia de contención de la misma.

Lo que sí me ha sorprendido de verdad, señor Díaz, de su intervención es que no reconozcan lo más mínimo que al menos se pueden hacer políticas con independencia de los aumentos de una partida presupuestaria. Eso me ha sorprendido muchísimo. Porque a usted le parecerá bien o no que aumenten los recursos del Ixex. Le parece mal, cree que deben aumentar más. Ese es un planteamiento político razonable y sobre el que podemos discutir. Le parecerá bien a su compañero —que me ha dicho que le disculpara por no poder estar en estos momentos aquí, cosa que por supuesto hago, y ya tendremos la oportunidad de intercambiar impresiones y de seguir hablando sobre estas cuestiones en materia de política turística— que el presupuesto de Turespaña suba más o no suba o suba menos. Yo estoy totalmente de acuerdo en que esa es una política sobre la que podemos hablar y sobre la que podemos discutir. Que el Gobierno no pueda hacer política comercial o turística sin subir el presupuesto del Ixex o el presupuesto de Turespaña o que con el mismo presupuesto no se pueda hacer un mayor esfuerzo o definir nuevas prioridades de política comercial y de política turística, que es lo que yo quiero discutir aquí además del presupuesto, me parece que cuanto menos es discutible. ¿La política de promoción es importante? Sin lugar a dudas. ¿Es importante la política española en la OMC? ¿Es importante que consigamos o no una nueva ronda global? ¿Es importante que el sector pesquero tenga un tratamiento diferenciado? ¿Es importante que le demos ventajas o contrapartidas a los países menos adelantados, a los países en vías de desarrollo? Yo creo que, indudablemente, esta es una política prioritaria y ahí hay que tener definiciones de política comercial, y yo estoy totalmente dispuesto a debatir y compartir con ustedes las opiniones del Gobierno sobre esa cuestión. ¿Que aumentar la red de convenios de doble imposición no es una prioridad política y no es una política desde el punto de vista comercial? ¿Que aumentar la red de acuerdos para protección recíproca de inversiones no es una política comercial sobre la que hay que discutir? ¿Que tomar la decisión de cooperar con el FAD a través de las instituciones financieras multilaterales no es una decisión política, no es una medida política, no es un programa, con independencia de cómo haya subido o no el presupuesto de promoción comercial? ¿Que aumentar los recursos de la línea ICO para internacionalización no es dedicar más recursos al apoyo de la empresa española cuando invierte en el exterior? ¿Que tomar la decisión de que haya una cobertura de riesgo político para la inversión no es una

medida política y es una medida que tiene trascendencia desde el punto de vista de la promoción comercial? ¿Que asumir la decisión política y dedicar 25.000 millones en el año 2001 a capital inversión para apoyar la presencia española en el exterior no son recursos disponibles que no se han aplicado en otros ejercicios a la promoción española en el exterior, o dedicar un mayor esfuerzo, como ha hecho el Estado en el año 2001, al ICEX, con independencia de que el ICEX tenga o no tenga remanentes o ingresos procedentes de ejercicios anteriores?

El FAD. Estoy convencido de que usted lo que no querrá trasladarme es la preocupación de si esto se gestiona por Exteriores o se gestiona por la Administración comercial. Entonces estamos totalmente de acuerdo. No tiene trascendencia quién gestione el FAD, si Exteriores o la Administración comercial. ¿Estamos de acuerdo en que las empresas españolas pueden contribuir al desarrollo económico, al desarrollo social y a la lucha contra la pobreza en terceros países? Estamos de acuerdo. ¿Estamos de acuerdo en que el FAD supone, al final, que se pueda construir un ferrocarril en un determinado país, que se pueda poner en marcha una planta para eliminar residuos urbanos en otros países, que se pueda suministrar material para un colegio en un país o que se pueda poner en marcha, por ejemplo, un instituto de formación en nuevas tecnologías o en máquina-herramienta en otro país? ¿Eso es o no ayuda al desarrollo? ¿Tienen las empresas españolas un papel protagonista en esa ayuda al desarrollo, sí o no? ¿Estamos facilitando que países con baja renta, con poco crecimiento, con condiciones de vida claramente mejorables puedan acceder a determinados bienes que son necesarios? Yo creo que sin lugar a dudas. Y ahora discutamos qué prioridades políticas hay en materia de FAD. Yo he mencionado tres, si ustedes tienen algunas yo estoy dispuesto a discutir las también. Si hay algún proyecto —no recuerdo la expresión que usted ha utilizado— discutible, no políticamente discutible, con respecto a la expansión exterior o con respecto a las decisiones de Cofides, plantéelo como hay que plantearlo, pero no nos quedemos aquí con el interrogante de si hay alguna cosa que, con independencia del debate político, pueda ser discutible porque yo creo que S.S. no ha querido ir por ese camino.

Capital inversión. El capital inversión no es una decisión política. La mayor parte de los países europeos tienen fondos de capital inversión. ¿Queremos que España tenga fondos de capital inversión o no? Es una decisión política. Yo no sé qué es lo que opina S.S. Yo quiero que España tenga fondos de capital inversión y quiero que se ayude a la empresa española cuando sale al exterior y salvemos las limitaciones que establece el consenso internacional de la OCDE. No sé qué es lo que opina el Partido Socialista sobre esa cuestión, desde luego la posición del Gobierno es que los fondos de capital inversión, igual que son importantes en otros países, funcionen en España y sean una ayuda a la

empresa española para su internacionalización, para poder hacer una autopista en un determinado país o para poder hacer una inversión en un determinado país. Porque lo que me parece cuestionable es que esté bien, por ejemplo, que el ICO, que es la agencia financiera del Estado, dé un préstamo a una empresa para montar una fábrica de zapatos en un determinado sitio y por lo tanto estemos utilizando recursos públicos para subvencionar una operación con recursos públicos, y me diga usted que prestar dinero a una empresa para que haga una operación fuera de España es discutible. Sinceramente, no sé dónde marcar la frontera. A lo mejor es que no he sido capaz de comprender cuáles son las inquietudes que han movido a S.S. en las afirmaciones que ha hecho, pero estaré encantado de intentar comprenderlas si me suministra alguna valoración adicional.

Vamos a coincidir en algunas cosas. Usted se ha referido, por ejemplo, a los países productores de petróleo y al hecho de que hoy tienen más dinero y, por lo tanto, pueden comprar más productos españoles. Estoy totalmente de acuerdo. Yo he estado en dos en los últimos meses, en Argelia y en Irán, precisamente intentando aprovechar esa buena situación de la coyuntura económica que experimentan y viven esos países teniendo en cuenta el aumento de los precios del petróleo. Por lo tanto, aquí hemos encontrado un punto de plena coincidencia, porque yo estoy totalmente de acuerdo con eso.

En materia de comercio minorista, me dice que he dado una larga cambiada. Y yo no he dado ninguna larga cambiada. El Grupo Mixto me planteó una comparecencia sobre el comercio minorista y he intentado contestar al representante del Grupo Mixto, pero no sabía que su grupo también tuviera interés en alguna comparecencia concreta, y además, si quiere alguna información adicional, yo se la doy. Yo he trasladado al representante del Grupo Mixto, que me había pedido la comparecencia, cuáles eran los objetivos que movían al Gobierno a la hora de tomar esa decisión y qué cosas estábamos haciendo, pero no comprendo en qué sentido considera S.S. que he dado una larga cambiada.

Quiero decirle lo siguiente. Yo he planteado algunas medidas puntuales y concretas en materia de promoción del sector exterior y he hecho también algunos planteamientos tanto desde el punto de vista comercial como desde el punto de vista turístico. Me he comprometido a remitir a esta Cámara —algo que no se ha hecho nunca— un programa con prioridades comerciales de carácter geográfico; me he comprometido a remitirlo a esta Cámara, y eso no se ha hecho tampoco nunca. Estoy a su entera disposición para discutir cualquier prioridad geográfica, cualquier prioridad sectorial o cualquier política concreta de promoción y de apoyo al sector exterior, y me gustaría debatir políticas concretas y ver de qué manera todos podemos intentar mejorar las posiciones de España desde el punto de vista exterior, donde yo creo que no hay la más mínima fisura ni la

más mínima discrepancia en lo que a objetivos políticos se refiere. Podemos discutir algunas medidas, porque yo creo que eso sería muy positivo para todos.

Señor Martínez Fraile, aparte de remitirle por escrito algunas contestaciones a sus preguntas porque no sé exactamente en el área de la Administración comercial las aplicaciones que hace el Ministerio de Fomento o Aena de sus recursos, intentaré contestar a las cuestiones que me ha planteado. Por ejemplo, respecto a cómo se comporta el mercado americano, tengo que decirle que ha estado creciendo en 1999 en torno al 22 por ciento, si no recuerdo mal; por lo tanto, está creciendo de manera muy dinámica. Por otro lado, las nuevas necesidades de formación que tiene el sector turístico español son indudables. Con independencia de que haya un título universitario, hay dos objetivos claros en materia de política de formación, que son la formación ocupacional y la formación de gestores o de directivos en el ámbito de la industria turística. Aquí se puede repetir el debate de la ayuda presupuestaria y de todas esas cuestiones, aparte de que, como saben SS.SS., el presupuesto de Turespaña se ha aumentado durante la tramitación parlamentaria del proyecto de Presupuestos Generales del Estado, y uno de los objetivos es, por ejemplo, mejorar las dotaciones económicas para el portal del turismo español, pensando también en la posibilidad de la formación exterior.

En materia de política turística —y con eso fundamentalmente voy a acabar—, me parece que hablar de la falta de mejora en la cuantía que ustedes pueden considerar oportuna en un momento determinado para un proyecto, desde el punto de vista del presupuesto, es desconocer la realidad de que el Gobierno y la Administración hacen política no solamente subiendo en un momento determinado una partida presupuestaria. Si declaramos doscientos municipios como municipios verdes estamos potenciando el turismo rural. Si hacemos un esfuerzo en los incentivos regionales con partidas presupuestarias claras y de los que España se ha beneficiado para la promoción y el desarrollo turísticos en los últimos cuatro años, imagino que esa decisión política es una decisión política importante. Si en los años 1996 a 1999 se han invertido 500.000 millones de pesetas en proyectos empresariales del sector turístico gracias a incentivos regionales, esa es una política en la que hay que continuar. Poner en marcha a finales de este año un nuevo plan de dinamización turística para las comarcas mineras es una nueva política. Decidir que paradores, con los recursos de que dispone, modernice la red de Paradores o se abran seis nuevos será muy importante desde el punto de vista del desarrollo del turismo rural o del turismo cultural en muchas áreas geográficas concretas donde hay un potencial de crecimiento importante. Modernizar el Palacio de Congresos de Madrid va claramente en la dirección de potenciar el turismo de ciudad. El Plan de innovación en turismo, que es un plan nuevo y que en 1999 se incorpora por

primera vez en el Plan nacional de investigación, desarrollo e innovación al sector turístico, es una política de Gobierno importante, porque reconocerán SS.SS. que en materia de investigación, desarrollo e innovación el Gobierno ha hecho un esfuerzo presupuestario muy significativo. Tomar la decisión de que se haga una evaluación previa de los posibles eventos culturales que se van a desarrollar para que se puedan introducir en los canales de distribución de la oferta turística española y que pueda existir un sistema de reservas anticipado, eso es potenciar el turismo cultural. Que un señor pueda ir a visitar una magnífica exposición en el Museo del Prado teniendo la posibilidad de reservar una entrada a una hora para acceder a ese evento cultural tan importante, algo que lamentablemente no era posible cuando se celebró la magnífica exposición de Velázquez en dicho museo, o dedicar 2.000 millones de pesetas del fondo de estudio de viabilidad al sector turístico para proyectos de dicho sector parecen un esfuerzo importante. En la cooperación internacional, por ejemplo, conseguir que China declare a España destino turístico preferente es una magnífica herramienta política para conseguir beneficiarnos del turismo chino en nuestro país. Por lo tanto, yo, que acepto todas las críticas que me hacen SS.SS., desearía que quedara claro que se pueden tener programas, se pueden tener medidas, se puede intentar ser ambicioso con independencia de que la partida presupuestaria tal en materia de promoción sea más alta o menos alta, que también es una decisión política sobre la que podemos hablar.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Costa.

Señor Díaz, tiene la palabra para pedir alguna aclaración muy breve.

El señor **DÍAZ DÍAZ**: Muy breve, señor presidente, porque no me gustaría que en esta primera comparecencia el señor secretario de Estado se llevara la idea equivocada de que no nos entendemos. Nos entendemos. El problema es que, a la hora de la presentación, señor secretario de Estado, a mí me gustaría que comenzara por el final, y el final es que el déficit comercial aumenta. Esta es una realidad. Ustedes no están contentos, de acuerdo; pero a nosotros nos preocupa qué hacen para corregirlo.

Segunda aclaración. Para nosotros el tema era la competitividad y S.S. no contestó a dos cuestiones, que la competitividad es un problema de inflación y es un problema de productividad, y no vemos qué están haciendo por la mejora de la productividad y también para corregir la inflación. Ha hablado usted de cuotas de mercado en USA y en Asia. El problema es que partimos de cuotas muy bajas y es más fácil la expansión.

Tercero. En la Unión Europea, es un hecho objetivo, las condiciones macroeconómicas son semejantes: tipo de interés, tipo de cambio, etcétera; pero nuestra rela-

ción comercial empeora. De acuerdo con usted en que se pueden hacer políticas económicas, políticas de expansión del comercio sin necesidad de presupuesto, pero no todas. Y segunda cuestión: no se pueden hacer sin presupuesto y con los mismos instrumentos, sobre todo con algunos que ya demostraron anteriormente su fracaso.

Por último, en el tema del FAD, nosotros pensamos que hay que diferenciar cooperación de comercio. Creemos que como ayuda a la cooperación no se pueden meter operaciones comerciales de dudosa efectividad o de dudoso cobro. Por eso pensamos que había que hacer una distinción. Por lo demás, estamos abiertos y esperamos seguir debatiendo y aclarando cuestiones que consideramos que no se tocaron a fondo.

El señor **PRESIDENTE**: Señor Costa, si lo desea, puede responder al portavoz socialista.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE COMERCIO Y TURISMO** (Costa Climent): Le agradezco al señor Díaz que clarifiquemos un poco más dónde están los puntos de conflicto y de discusión.

Voy a empezar por el final. Estoy muy interesado en saber, cuando aplicamos el FAD, cómo distinguimos entre operaciones comerciales y operaciones de cooperación. Lo que pensaba es que el consenso de la OCDE dejaba bastante claro lo que era ayuda al desarrollo, y esto lo es. Cuando donas una parte de un proyecto o de un bien a un Estado con una renta baja y para poner en marcha algo necesario para la prestación de un servicio público, sin interés comercial, pensaba que eso era ayuda al desarrollo, pero podemos seguir discutiendo perfectamente sobre esa cuestión si usted lo considera oportuno. Yo creo que con las empresas españolas podemos hacer política de cooperación. Todo es cooperación. Conseguir que funcione un tren en un determinado país es cooperación, y yo creo que estamos hablando de eso. Y si tenemos que fijar en esta Comisión prioridades de política comercial en cuanto a cuáles son los sectores a los que debemos dedicar los recursos en materia de cooperación, estoy encantado de escuchar cuáles son sus prioridades.

En materia de competitividad, le voy a decir dos cosas. Los índices estadísticos hay que analizarlos de

forma correcta. Usted me puede decir que la productividad española no avanza con la rapidez con la que le gustaría, pero estamos consiguiendo que el crecimiento económico se transforme y se traduzca en empleo en su práctica totalidad. Esa es una cuestión estadística. Yo estoy encantado de que los datos estadísticos no reflejen, a lo mejor, las mejores ganancias de productividad porque estamos consiguiendo que todo el crecimiento económico se traduzca en empleo. A mí lo que me interesa saber es el resultado, más allá de un índice estadístico. El resultado es que yo vendo más a Estados Unidos y vendo más a Asia (que no ha sido siempre así, y teníamos la misma posición de partida, y hoy lo estoy consiguiendo) de lo que venden mis socios europeos. Me podrá decir que la posición de partida es muy baja, pero es que lo ha sido siempre. Sin embargo, no siempre hemos funcionado de la misma manera. Por lo tanto, yo estoy mejorando mi competitividad y mi cuota de mercado a nivel internacional. Y en la Unión Europea estoy vendiendo más de lo que crece el comercio. Esa es una realidad. ¿Que además de eso sería mucho mejor crecer medio punto o un punto más, como podemos haber crecido en algún ejercicio anterior, y tener una inflación igual o más baja? Sin lugar a dudas que sería mejor. Como también lo sería no haber tenido que hacer frente a un *shock* petrolífero como el que hemos tenido que hacer frente en estos momentos. Pero no me diga que no estamos ganando cuota de mercado. Y si la estamos ganando es porque los productos españoles son competitivos y mejores que los de nuestros competidores en todos los mercados en los que operan. Desde luego en el Gobierno, y por supuesto en el Ministerio de Economía, estamos encantados de cooperar con esta Comisión y poder debatir cualquier propuesta propia o de los grupos parlamentarios para mejorar la posición del comercio exterior español.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor secretario de Estado, por su comparecencia hoy en la Comisión de Economía y por su predisposición a volver cuantas veces sea necesario y lo requieran los grupos parlamentarios que la integran.

Se levanta la sesión.

Eran las dos y cincuenta minutos de la tarde.

Edita: **Congreso de los Diputados**
Calle Floridablanca, s/n. 28071 Madrid
Teléf.: 91 390 60 00. Fax: 91 429 87 07. <http://www.congreso.es>

Imprime y distribuye: **Imprenta Nacional BOE**
Avenida de Manoteras, 54. 28050 Madrid
Teléf.: 91 384 15 00. Fax: 91 384 18 24

Depósito legal: **M. 12.580 - 1961**