CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 1993 | IV Legislatura | Núm. 646

INDUSTRIA, OBRAS PUBLICAS Y SERVICIOS

PRESIDENTE: DON JOSE FELIX SAENZ LORENZO

Sesión núm. 115

celebrada el martes, 23 de marzo de 1993

ORDEN DEL DIA:

— **Comparecencia, a petición propia, del señor Ministro de Industria, Comercio y Turismo (Aranzadi Martínez), para explicar los resultados del sector turístico en 1992 y las perspectivas en 1993 (número de expediente 214/000096).**

— **Comparecencia del señor Secretario General de Turismo (Panizo Arcos), para informar sobre las medidas que se tienen previstas adoptar para tratar de garantizar la calidad, precios y salubridad de los servicios que se prestan a los turistas. A solicitud del Grupo Parlamentario IU-IC (número de expediente 212/001729) (Esta comparecencia ha sido cumplimentada por el señor Ministro de Industria, Comercio y Turismo, Aranzadi Martínez).**

Se abre la sesión a las once horas y treinta y cinco minutos.

El señor **PRESIDENTE:** Vamos a dar comienzo a la sesión de la Comisión de Industria, en cuyo orden del día figuran dos solicitudes de comparecencia. La primera de ellas, a petición propia, del señor Ministro de Industria ante esta Comisión para explicar los resultados del sector turístico durante el año 1992 y las perspectivas de 1993. La segunda, es una solicitud de comparecencia del Grupo

de Izquierda Unida. En principio, era la que estaba programada, pero al solaparse las dos solicitudes, la Mesa consideró que si el Grupo de Izquierda Unida lo creía conveniente, se podría tramitar con la presencia y la respuesta del señor Ministro de Industria.

¿Está el Grupo de Izquierda Unida de acuerdo con este planteamiento?

El señor **CASTELLANO CARDALLIAGUET:** No hay el menor inconveniente, señor Presidente. Incluso no lo habría a que se fundieran en una sola comparecencia para ahorrar tiempo, sobre todo, en una Comisión tan industriosa como ésta que lleva un retraso absolutamente telúrico.

El señor **PRESIDENTE:** Muchas gracias, señor Castellano, por su colaboración.

Vamos a tramitar conjuntamente ambas comparecencias pues tienen un carácter general respecto de la política turística. Por tanto, le vamos a dar, en primer lugar, la palabra al señor Ministro de Industria a quien agradecemos su presencia aquí junto con la del señor Panizo, responsable específico del tema turístico, para que nos dé una primera información respecto de las comparecencias solicitadas.

El señor Ministro tiene la palabra.

El señor **MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO** (Aranzadi Martínez): Señor Presidente, señorías, trataré de hacer una exposición detallada sobre los aspectos más relevantes, en mi opinión, de lo que ha sido el mercado turístico español en 1992, las iniciativas de política turística que se han ido adoptando a lo largo de este año, e igualmente las iniciativas que la Administración, en concreto el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la Secretaría General de Turismo, pretende poner en práctica a lo largo de 1993, incidiendo en diversos aspectos y en concreto en aquellos que han sido destacados por la petición de información de Izquierda Unida.

En lo que se refiere a la evolución del mercado turístico español en 1992, puede señalarse que ha evolucionado a lo largo de este año de una manera favorable, con un aumento de más de un millón de viajeros sobre el año precedente, aunque su comportamiento en este período ha sido, tanto en lo que se refiere a su evolución temporal como a su distribución regional, algo irregular por el origen de los viajeros, sean españoles o extranjeros.

La demanda turística ha mantenido en su conjunto la evolución creciente iniciada el pasado año, produciéndose un crecimiento casi permanente en todos los períodos del año, con la excepción del mes de junio y la primera quincena de julio. La evolución de la demanda, por otro lado, no ha sido similar cuando se analiza su origen internacional o doméstico. En tanto que la demanda exterior hacia España ha sido creciente, con más de 1,8 millones de visitantes más que en 1991, un 3,4 por ciento de crecimiento, la demanda doméstica ha sufrido una ligera disminución si tenemos en cuenta que, durante el año 1991, viajaron el 49 por ciento de los españoles frente a un 44,5 por ciento que lo hicieron en 1992, representando esto una disminución de algo más de 800.000 viajeros. Es decir, la evolución de la demanda exterior se ha comportado de manera claramente diferente a la demanda doméstica en este sentido.

En lo que se refiere al mercado internacional, el número de visitantes del extranjero superó el pasado año, como saben ustedes, la cifra de los 55 millones, con un incremento del 3,4 por ciento respecto a 1991, estimándose que de estos 55 millones de visitantes son turistas 39,6 millones de personas. Esto significa que en lo que se refiere a visitantes y a turistas, se han superado los resultados de 1988, hasta ahora considerado el año con los mejores datos de coyuntura turística.

Nuestros principales mercados emisores, Alemania y Reino Unido, han experimentado crecimientos del 1,4 por ciento, que equivalen a 108.965 turistas, y del seis por ciento, que equivalen a 370.537 turistas respectivamente, con lo que el volumen de visitantes alemanes a nuestro país representa ya el 14 por ciento del total, mientras que los visitantes británicos suponen el 11,8 por ciento sobre el total. El mercado francés y portugués, con una participación sobre el total del 21,3 por ciento y del 20,9 por ciento respectivamente, constituyen también importantes mercados, si bien registran porcentajes de lo que se denominan excursionistas muy elevados.

El pasado año asistimos a una ligera caída en el número de visitantes franceses y a un aumento significativo en el de visitantes portugueses. En conjunto, durante el pasado año se produjo una consolidación de nuestra cuota de mercado en los principales países emisores de demanda hacia España: Alemania, Reino Unidos, Portugal o Italia, acompañado por el incremento registrado en otros mercados menores, lo que significa la apertura hacia estos nuevos mercados En esta línea destaca la evolución del turismo japonés hacia España, con un crecimiento del 19,2 por ciento, o de Estados Unidos con una expansión del 26,5 por ciento, así como de los países del Este europeo con crecimiento muy importante, lo cual es lógico en términos porcentuales dada la base tan escasa de partida. Bulgaria aumentó un 92,8 por ciento, Checoslovaquia un 68 por ciento y Hungría un 57,8 por ciento. En conjunto, los visitantes procedentes de América han aumentado un 22,2 por ciento, lo cual supone 282.000 turistas más respecto a 1991, y los procedentes de Europa, un 2,3 por ciento, con un aumento en torno a un millón de visitantes más, manteniéndose como el principal mercado emisor hacia España, con el 85,5 por ciento del turismo exterior español.

Puede estimarse que el turismo extranjero ha producido un total de 356,5 millones de pernoctaciones, de las cuales el 21,6 por ciento se han realizado en establecimientos hoteleros. El número de pernoctaciones del turismo extranjero en hoteles se ha incrementado en un 3,4 por ciento, dato muy significativo teniendo en cuenta la disminución sufrida en otros países europeos competidores.

La estancia media de los turistas extranjeros en los

establecimientos hoteleros se halla en los niveles de 1991, en torno a seis días, manteniéndose la diferencia con la estancia media de los turistas europeos que se puede estimar en nueve días, siendo los escandinavos los que realizan estancias más largas, con 11 días de media, seguidos por los alemanes, con 10 días, y los británicos; siendo japoneses, franceses y portugueses las nacionalidades con estancias medias más reducidas.

Los alojamientos utilizados por los turistas extranjeros son diversos y dependen principalmente de las zonas de destino y meses de visita. En general, se puede afirmar que se consolida la tendencia a alojarse en apartamentos o residencias particulares. De las pernoctaciones estimadas que han realizado los extranjeros en España, tan sólo el 23,8 por ciento lo son en hoteles, aunque en 1992 ha aumentado algo, como antes he señalado, el 3,4 por ciento con respecto a 1991.

En cuanto al sistema de transporte utilizado, la carretera sigue siendo el medio más frecuente, utilizándolo casi el 60 por ciento de los turistas que nos visitan, siendo el tráfico aéreo el medio cuya utilización creció más y representando una cuota del 33 por ciento en los medios de transporte. El ferrocarril y el tráfico marítimo siguen su tendencia decreciente en los flujos hacia España.

Por lo que respecta a los destinos principales procedentes del exterior, se mantiene la preferencia por los dos productos básicos: la costa y el turismo cultural. Más del 55 por ciento de los turistas extranjeros eligen las playas españolas para pasar sus vacaciones, y el 34 por ciento de los viajeros muestra tener intereses culturales en sus destinos turísticos.

Los destinos principales del turismo procedente del exterior son, en lo que se refiere a comunidades autónomas o áreas de la geografía española, Canarias, con el 11,2 por ciento; la Costa del Sol, con el 10,7 por ciento, y Baleares, con el 8,8 por ciento de participación, en cuanto al turismo de sol y playa. Con relación al turismo de ciudad y al turismo cultural, las más importantes, han sido en el año 1992, Barcelona, con un 12,1 por ciento; Madrid, con un 11,2 por ciento, y las ciudades andaluzas, con el 10,5 por ciento.

En lo que se refiere al grado de satisfacción de la demanda extranjera respecto a los diversos factores investigados, es bastante elevado. Las expectativas se han visto cumplidas en general en la mayoría de las características de la oferta, tales como alojamiento (93,9 por ciento de satisfacción), atenciones recibidas (91,4 por ciento), comidas (86,6 por ciento) y transporte (83,4 por ciento). Sin embargo, disminuye el grado de satisfacción en lo concerniente al entorno y medio ambiente (78 por ciento) y, particularmente, en lo que se refiere a precios, en los que sólo el 64,3 por ciento siente cumplidas sus expectativas sobre este factor.

En cuanto al mercado nacional, los viajes turísticos de los españoles realizados por motivos de vacaciones descendieron respecto de años anteriores, estimándose un total de 14,8 millones de españoles los que realizaron viajes vacacionales, es decir el 44,5 por ciento de la población potencial, cuando en 1991 fue del 49 por ciento de la población. Del conjunto de los españoles que viajan, el 14 por ciento lo hace al extranjero, disminuyendo con respecto a años anteriores, que fue de un 16 por ciento en 1991, y el 80 por ciento por España.

El medio de transporte preferido fue el automóvil, con cerca de un 60 por ciento del total, siguiendo el autocar y el avión, con porcentajes iguales. La primacía de la carretera aumenta respecto a 1990.

En lo que se refiere a la matriz origen/destino del flujo de viajeros por el interior, muestra cómo las comunidades autónomas de Madrid, País Vasco y La Rioja han sido las principales emisoras, y Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña las mayores receptoras, siendo, como es lógico, el año pasado la ciudad de Sevilla la que tuvo la mayor demanda.

En cuanto a las salidas al extranjero de los españoles, los destinos de Francia, Portugal, Reino Unido e Italia, representan en conjunto el 46,9 por ciento del total de viajes al exterior. Otros destinos de importancia son Estados Unidos, Méjico y Marruecos. Los habitantes de Andalucía, Baleares, Cataluña y Galicia ofrecen los porcentajes más altos de viajes con destino al extranjero.

Respecto a los viajeros en establecimientos hoteleros, distribuidos por comunidades autónomas, se observa un descenso generalizado en todas las regiones, principalmente de viajeros españoles, destacando Galicia, Castilla-La Mancha y Asturias.

En cuanto a estancias medias en hoteles, en lo que se refiere a días de pernoctación, destacan Baleares y Canarias, con nueve y ocho días respectivamente, sin detectarse variaciones importantes o sólo ligeros descensos con relación a 1991 en todas las comunidades autónomas.

Respecto a la repercusión económica de la demanda turística, también puede considerarse que la demanda turística internacional ha tenido repercusiones favorables en 1992. En 1992 se han ingresado por esta razón 2 billones 123.000 millones de pesetas, aumentando un 6,6 por ciento sobre los ingresos de 1991. Este importante volumen de ingresos ha permitido que el saldo de nuestra balanza turística haya sido superior al de 1991 en 133.000 millones de pesetas, a pesar de que los pagos por turismo en el exterior de los españoles alcanzan los 482.000 millones de pesetas.

Los ingresos por turismo representaron el 38,6 por ciento de los ingresos generados por todos los servicios y cubren el 59,1 por ciento del déficit comercial. Esta situación ha sido posible gracias al efecto que han tenido en gran medida los acontecimientos del año 1992, que han posibilitado que el gasto por turista se eleve a 53.616 pesetas y el número de turistas haya aumentado en unas condiciones económicas adversas.

Estas mismas circunstancias también han afectado al turismo de los españoles, que ha visto reducirse el gasto medio «per capita» desde 75.500 pesetas, en 1990 (año de mayor número de turistas españoles), a las 61.300 de 1992, sobrepasando, como es conocido, el gasto medio de los turismas extranjeros en los viajes por España, cuyo gasto medio se eleva a las 49.700 pesetas, mientras que en el extanjero son 134.600 pesetas. Voy a aclarar estas

cifras. El gasto medio por turista español es más alto que el del extranjero en España, pero hay una gran diferencia entre el gasto medio del turista español cuando sale al extranjero, que es significativamente más alto que cuando viaja por España. Repito que cuando viaja por España el gasto medio del turista español es más alto que el gasto medio del turista extranjero.

Las estimaciones de empleo en el sector hotelero presentan una trayectoria irregular con relación a 1991. Frente a los aumentos de Asturias, Madrid y otras regiones, se observan descensos en la Comunidad Valenciana y en Cantabria, siempre considerando el número total de puestos de trabajo. Globalmente, sin embargo, el empleo en el sector turístico asciende a 1.332.890 trabajadores, habiendo aumentado, con respecto a 1991, en un 10,8 por ciento.

El incremento del precio de los hoteles ha sido superior al registrado para el índice de precios turísticos, que fue alto el año pasado (registró una variación del 9,7 por ciento, diciembre sobre diciembre), aunque hay que tener en cuenta, como saben ustedes, que el precio de una habitación depende de muchos e importantes factores, además de los propios de las diferentes temporadas, zonas y clientes.

Sin embargo, hay que hacer notar que, aunque los precios hoteleros, como media, han sufrido un crecimiento más alto de este 10 por ciento, los precios hoteleros para los turistas extranjeros que visitan España a través de «tour-operadores» han aumentado moderadamente sus precios, estimándose un aumento de los precios de los paquetes turísticos de un 5 por ciento sobre el año anterior para una oferta, la de costa, que es especialmente relevante en el mercado español.

Con relación a la oferta turística, la favorable evolución del mercado turístico, junto con el desarrollo de nuevas zonas de costa, la terminación de obra iniciada y el impacto de la nueva oferta de Sevilla y Barcelona, ha producido un aumento muy significativo del número de plazas, que supera al aumento de la demanda internacional y nacional. Entre 1992 y 1991 se han incorporado como nuevos alojamientos 108.500 plazas, fundamentalmente de apartamentos, 50.600 plazas, y de hoteles, 49.700 plazas, siendo el incremento de plazas de cámpings bastante más modesto, 8.150 plazas.

El aumento de la oferta, muy intenso en zonas vacacionales nuevas, junto al desarrollado en ciudades, ha provocado un mantenimiento de la ocupación media al nivel de España (52,3 por ciento de la ocupación), a pesar del aumento de la demanda y con graves desequilibrios según las zonas. Mientras que en Baleares o Canarias se ha mantenido la ocupación, en zonas como Galicia, Cantabria o Asturias, se han registrado disminuciones de la ocupación media debido tanto a la reducción de viajeros españoles, como al menor número de pernoctaciones.

Después de describirles lo que han sido las variables esenciales de la evolución del mercado turístico en 1992, voy a tratar de exponerles lo que han sido las iniciativas más importantes en materia de política turística en este año. Sin duda alguna, creo que la más importante ha sido la aprobación de lo que hemos denominado el plan «Futurex», una estrategia genérica para el sector turístico español, suscrita conjuntamente por la Administración central, en concreto el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y la totalidad de las comunidades autónomas.

Esta estrategia se concreta en el diseño suscrito el 3 de junio del pasado año por el Ministerio y las comunidades, al que han seguido diversos convenios de colaboración que implican un compromiso claro en el desarrollo y aplicación del mismo de las distintas administraciones públicas interesadas.

Para ello, y en el marco de este plan «Futurex», se han establecido ayudas financieras en forma de subvenciones, que han sido concedidas y gestionadas en estrecha colaboración con las administraciones autonómicas.

En 1992, en lo que constituye una primera convocatoria, se han aprobado 486 proyectos turísticos, el 50 por ciento de los proyectos presentados, con una cuantía de 1.800 millones de pesetas, lo que supone una movilización de 17.500 millones de pesetas en la ejecución de los proyectos aprobados. La distribución de los proyectos presentados indica las áreas de mayor interés del sector turístico, así como la disponibilidad para realizarlos. El mayor número de proyectos presentados se refiere a recursos humanos, con un 23 por ciento del total, seguido de nuevos productos, con un 21 por ciento, y de análisis y diagnósticos sobre la situación, un 17 por ciento. En sentido contrario, la línea de apoyo a la calidad ha tenido una menor incidencia relativa, con el 7 por ciento de los proyectos presentados.

En lo que se refiere a las distintas iniciativas que se han puesto en práctica en el marco de este plan de mejora de la competitividad, voy a señalar algunos puntos. El primero, el que hemos denominado en dicho plan, el subplan de excelencia turística que vertebra un conjunto de iniciativas que comprometen los esfuerzos conjuntos de las administraciones turísticas, empresarios e interlocutores sociales, en un esfuerzo por dinamizar la actividad turística en destinos tradicionales de nuestro producto turístico de sol y playa.

Como muestra de que aunar estos esfuerzos es posible, a finales del pasado año se firmó el Convenio declarativo de Calviá, como municipio piloto para el desarrollo, cofinanciación y aplicación del plan «Futurex», en particular en lo que afecta a la recuperación y mejora del entorno urbano, paisajístico y de infraestructuras urbanas de este destino. Junto a ello se establece un firme compromiso de las administraciones local y autonómica para controlar la seguridad, calidad e higiene de los establecimientos turísticos.

En lo que se refiere a las acciones de formación, la demanda de recursos humanos que experimenta el sector se caracteriza cada vez más por una exigente especialización para aumentar la capacidad de respuesta de las empresas en un mercado cada vez más competitivo.

La creación del ente público Escuela Oficial de Turismo obedece, en este sentido, a una política decidida de convertir a esta institución en el punto de referencia obligado de la calidad de la formación de los recursos huma-

nos del sector turístico en nuestro país. Para esto, el cambio de estatutos jurídicos permite una mayor participación en el diseño de las estrategias de formación a los propios empresarios, y una mejor y más intensa participación con universidades y otras instituciones educativas, capaces de generar nuevo impulso a la formación turística.

En este marco de actuaciones se incluye el nuevo sistema de examen de reválida que, mediante una prueba objetiva en forma de test, la constituye como más idónea, tanto para evaluar los conocimientos del alumno como la calidad de la enseñanza que se imparte en los distintos centros.

Buen ejemplo de estas potencialidades ha sido el curso de calidad del producto turístico, que se desarrolla por acuerdo entre la Escuela Oficial de Turismo y 17 empresas del sector, con una indudable capacidad de impacto en la generación de una cultura de la calidad en los servicios turísticos del país.

Por otra parte, se ha estimulado el desarrollo de nuevos cursos de formación y la creación de nuevos centros educativos a través del plan «Futurex», aprobándose 125 proyectos, con una inversión de 3.200 millones de pesetas.

Otro aspecto enmarcado en las iniciativas del plan de mejora de la competitividad del sector turístico, del plan «Futurex», se refiere a la cooperación institucional entre distintas administraciones e, incluso, dentro de la propia Administración central.

En lo que se refiere a la cooperación con las comunidades autónomas, se ha establecido, como antes he señalado, una estrecha cooperación entre el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y los responsables de la política turística de las distintas comunidades, tanto en la articulación del plan «Futurex», a través de la primera convocatoria de subvenciones para el mismo, como en otra serie de actividades, tales como las acciones promocionales conjuntas en los mercados externos, el consenso en torno a las iniciativas normativas de adaptación de la legislación comunitaria a nuestro ordenamiento (por ejemplo, la directiva sobre viajes combinados), el desarrollo de nuevos productos, la promoción y comercialización turística, por ejemplo, de LA ESPAÑA VERDE, LA RUTA DE LA PLATA y EL CAMINO DE SANTIAGO. Respecto a este último, hay que destacar el importante y decisivo reforzamiento de esta cooperación mediante la creación y constitución del Consejo Jacobeo.

En lo que se refiere a la coordinación interna, sería importante señalar la colaboración, en lo que en última instancia es política turística, de otros departamentos ministeriales, como el Ministerio de Justicia, en la elaboración de la normativa sobre tiempo compartido; del Ministerio de Obras Públicas y Transportes, en el programa de actuaciones en la costa 1993-1997; el Ministerio de Asuntos Sociales, en lo que se refiere a programas vacacionales y termalismo, dirigidos a la tercera edad; el Ministerio de Cultura, a través del intercambio de bases de datos sobre información cultural; e igualmente las iniciativas en el ámbito de los incentivos regionales desarrollados por el Ministerio de Economía, apoyando la inversión en nuevos establecimientos turísticos. Esta coordinación se plasmará definitivamente a través de la Comisión interministerial para el desarrollo y promoción del turismo, que estaba prevista también, como saben ustedes, en el plan «Futurex».

En lo que se refiere a la colaboración con organismos internacionales, es claro que la importancia de nuestra presencia y participación en las decisiones comunitarias que afecten a nuestra industria turística es extraordinariamente relevante, tanto por la importancia de la construcción de una auténtica política turística comunitaria activa a través de los planes y las directivas, como por la repercusión que otras políticas comunitarias sobre la industria turística tienen en nuestro sector.

Prueba de esta cooperación con la Comunidad Económica Europea es que el plan de actuaciones comunitarias en favor del turismo, donde España ha tenido una participación importante, ha recogido iniciativas españolas como son, por ejemplo, el diseño de una política de cooperación con terceros países y el necesario apoyo al turismo tradicional, componente esencial de nuestra estructura empresarial turística, ya que el plan de apoyo turístico de la Comunidad Económica Europea inicialmente tenía una orientación más importante hacia la promoción de nuevos productos turísticos, al cual se le hizo crear una inflexión de apoyo a lo que era el turismo tradicional, importante como es obvio, no sólo para España, sino para otros países comunitarios, de una oferta turística históricamente más alejada en el tiempo y más tradicional.

En cuanto a la Organización Mundial del Turismo, el hecho de que España sea país sede de esta organización, favorece una especial vinculación a muchas iniciativas. Así, la Secretaría General de Turismo ha elevado una propuesta para la creación de una secretaría permanente de miembros afiliados, con sede en Madrid, cuyo principal objetivo es la incorporación de manera activa de las empresas del sector en las decisiones y tareas de esta organización. También se viene colaborando en la cooperación con terceros países y la participación en programas de formación.

En lo que se refiere a otro aspecto muy importante del plan «Futurex», la promoción y el «marketing», en 1992, se ha desarrollado un gran esfuerzo por parte de la Secretaría General de Turismo debido, en gran medida, a que los grandes acontecimientos del pasado año obligaron a un gran trabajo promocional, tanto para aprovechar la importante coyuntura, que a efectos de rentabilización de la imagen de España proporcionaron, como por el nuevo modelo de estrategia promocional que se diseña en el plan «Futurex».

Este esfuerzo se plasmó tanto en una labor dentro de España, como en todo tipo de actividades, desde la información básica hasta actividades específicas de promoción en nuestras oficinas en el exterior. Nuestras oficinas en el exterior invitaron a las personalidades turísticas más relevantes de su ámbito de actuación a visitas, por ejemplo, en Sevilla la Expo, a lo que acudieron cien personalidades turísticas de 14 países diferentes. Asimismo,

se instaló un «stand» informativo tanto en la Expo, como una carpa informativa en el Recinto olímpico de Barcelona.

Por último, Turespaña, en el ámbito del aprovechamiento de los acontecimientos de 1992, realizó un número muy importante de publicaciones relativas a dicho año, entre las que destaca la guía de actos culturales celebrados este año, guía que, por su éxito y por constituir un instrumento adecuado de ayuda para el turismo cultural, va a tener continuidad en 1993.

En lo que se refiere al cambio de estrategia promocional que prevé el plan «Futurex», el Instituto de Turismo de España ha invertido en la promoción exterior, durante 1992, 5.280 millones de pesetas, de los que 1.000 millones de pesetas se han invertido en la campaña de publicidad en medios de difusión internacional, y 1.700 millones en diversas campañas locales en cada uno de nuestros principales mercados emisores.

Durante 1992 se ha tomado la decisión de un cierto cambio de estrategia de comunicación, con una nueva campaña de publicidad, y el cambio del eslogan que conocen ustedes PASIÓN POR LA VIDA, que trata de comunicar la imagen de un país con gran vitalidad, y una oferta diversificada y rica en la que caben productos de una amplia gama, sustituyendo el mensaje anterior más concentrado en la oferta de nuestro producto tradicional de SOL Y PLAYA.

En lo que se refiere a los medios de promoción, convendría señalar que Turespaña ha editado en 1992 más de 6,6 millones de libros y folletos, distribuidos en 58 títulos distintos y 14 idiomas, con una inversión de 260 millones de pesetas. Asimismo, tanto en publicidad como en las publiciaciones se ha puesto énfasis en rutas como LA ESPAÑA VERDE, CAMINO DE SANTIAGO, VÍA DE LA PLATA y RUTAS DEL MUDÉJAR, y en productos específicos, con especial atención al turismo deportivo y cultural.

En lo que se refiere a las acciones de promoción, nuestras oficinas de turismo en el exterior han llevado a cabo la programación de sus actividades durante 1992, en función de los mercados identificados y la selección de aquellos productos especiales que debían ser promocionados en cada uno de los mercados, sin olvidar la promoción global de la imagen de España y el producto SOL Y PLAYA, excepto en aquellos mercados lejanos en que este producto no resulta competitivo.

En cuanto a programas especiales, Turespaña ha puesto especial énfasis en la promoción de determinados productos y, concretamente, del turismo deportivo, cultural, y de rutas, así como en el turismo de congresos y otros incentivos.

En el ámbito del golf, un producto cada vez más demandado, se creó el circuito Turespaña de profesionales, que este año, con la colaboración de Iberia, se ha consolidado en el mundo del golf, habiéndose transmitido sus imágenes por 30 cadenas de televisión internacionales en más de 20 países. España, en este sentido, constituye prácticamente la única posibilidad europea de práctica del gol en invierno, con lo cual otorga una singular ventaja comparativa en este ámbito.

Similar esquema de trabajo se ha seguido en materia de turismo náutico mediante la presencia en grandes acontecimientos –por ejemplo, la Copa de América, campeonatos del mundo de vela, etcétera– con los correspondientes programas anexos.

Entre los programas especiales, que también vale la pena mencionar, destaca el desarrollado conjuntamente en Estados Unidos por Turespaña, Iberia y American Express, para desarrollar el turismo americano hacia nuestro país. Este programa tiene tres años de duración –este año es el último–, y ha supuesto una inversión global de nueve millones de dólares.

Paso, a continuación, a describir una estimación sobre la evolución de las perspectivas del turismo español para 1993. Los datos que tenemos en estos momentos (que, obviamente, se refieren a los primeros meses, es decir, enero y febrero de 1993) suponen una entrada de visitantes, para estos dos primeros meses, de 5.463.000 personas respecto al mismo período de 1992, lo cual ha supuesto un incremento del 5,3 por ciento.

En este momento de la temporada turística las previsiones para 1993 pueden verse, como es lógico, considerablemente influidas por las fluctuaciones de valor de las divisas de nuestros principales mercados emisores, así como por la evolución de sus economías.

En el mercado de Estados Unidos, dada su favorable evolución económica y contando con el efecto de imagen de los acontecimientos de 1992, hemos estimado una previsión de crecimiento para este año de en torno a un 10 por ciento. Las previsiones para Japón se pueden situar también en un entorno del 5 por ciento, en lo que se refiere al crecimiento, debido fundamentalmente al cambio favorable del yen, que ha registrado una apreciación significativa con respecto a la peseta, y a las atractivas nuevas ofertas de alojamiento de la industria hotelera española, que han reducido sus precios claramente para el turista japonés.

Europa, sin embargo, constituye el principal mercado emisor de turismo en nuestro país, como antes he señalado, con un 85,6 por ciento del total de visitantes en 1992. Las previsiones en este momento para 1993 se mantienen en unos niveles similares a los alcanzados el pasado año, aunque con diferencias en los distintos mercados emisores.

En Alemania se registra en la actualidad un nivel de reservas favorables y buenas expectativas, debido a la paridad del marco en relación con la peseta. En el Reino Unido se registran, igualmente, buenas perspectivas de crecimiento, a pesar de la coyuntura económica británica. Para el mercado francés se prevé, para el próximo año, un incremento del número de visitantes, tanto en lo que se refiere a los destinos de SOL Y PLAYA, como hacia productos ligados a LA ESPAÑA VERDE y, sobre todo, al CAMINO DE SANTIAGO.

Es difícil anticipar cuál puede ser la previsión del número de visitantes y del incremento de ingresos para 1993. Pensamos, en todo caso, que el número de visitan-

tes podrá estar por encima de lo que se ha registrado este año, en torno a los 56 millones de personas. Y en lo que se refiere a la evolución de los ingresos, hemos estimado que, aunque en un entorno difícil económico en nuestros mercados emisores, para el conjunto, podría aumentar entre el uno y el dos por ciento con relación a 1992.

Para el turismo nacional, parece razonable prever una disminución del número de españoles que salgan al extranjero en 1993, confirmándose la ralentización que se produjo a finales de 1992.

En lo que se refiere a las iniciativas tomadas en el marco del Plan «Futurex» de mejora de la competitividad del sector turístico español, este plan tiene previsto para 1993, independientemente de las otras iniciativas que se adoptan en la política turística, un presupuesto de 3.000 millones de pesetas, que se destinarán a aquellos proyectos preferentemente de carácter empresarial y de aplicación inmediata, con importante efecto demostración. Los proyectos que pretende impulsar son, en definitiva, aquellos en los que el empresario asuma el riesgo de los mismos y garantice su viabilidad mediante la financiación de una parte sustancial de los mismos. Así, tendrán especial relevancia aquellos proyectos que en el marco de la cooperación con las comunidades autónomas estén cofinanciados por éstas o por las administraciones municipales.

Las actuaciones se concentrarán, en primer lugar, en la mejora de la competitividad de las empresas, básicamente en aquellos factores vinculados a la calidad, formación y cooperación interempresarial; en segundo lugar, en la mejora de las zonas turísticas, lo que hemos denominado plan de excelencia turística; por último, en el aumento de la promoción empresarial en el exterior.

Con el fin de optimizar la eficacia de los medios empleados en la promoción y coordinar los esfuerzos dirigidos a los principales mercados, se ha elaborado un plan de promoción para 1993, al que se ha invitado a participar a instituciones y empresas. Así, durante 1993 Turespaña estará presente en 115 ferias internacionales; se organizarán 200 seminarios empresariales en el exterior; se presentará la oferta turística española en 32 jornadas profesionales y se realizarán 215 promociones específicas; lo que totalizará para el presente año más de 700 iniciativas promocionales de los productos y la industria turística española.

En el ámbito de la formación, está previsto para 1993, además del inicio del nuevo edificio de la Escuela Oficial de Turismo, que fomente la introducción de nuevas tecnologías en la enseñanza y formación en el sector turístico, hacer frente al incremento de la demanda tanto en los aspectos cuantitativos, como cualitativos. Durante el presente año se comenzarán a impartir cursos especializados para hacer frente a las demandas empresariales como, por ejemplo, los cursos de «marketing» y comercialización y el curso de dirección y gestión de empresas turísticas. Por otro lado, se impartirán cursos para gestores públicos en turismo.

Es relevante también la previsión de la suscripción de convenios con distintas universidades para generar en este ámbito un especial interés por el sector turístico como sector de especial relevancia económica, y con el fin de aprovechar el indudable beneficio que del intercambio de experiencias puede surgir.

Asimismo se pondrá en marcha un plan de becas ambicioso, ya que es innovador en el ámbito de la formación por cuanto pretende la especialización profesional y la ayuda a la investigación en el sector; programa que puede aportar al sector turístico en un futuro profesionales altamente cualificados. Para dicho programa se prevé una dotación inicial de 186 millones de pesetas, con el fin de facilitar la formación en nuestras oficinas en el exterior, desarrollar actividades de especialización en centros de reconocido prestigio y ejercer las bases de investigación sobre materias turísticas.

En el ámbito de la información al sector turístico, estas iniciativas se concentrarán tanto en el ámbito empresarial como en la actuación sobre el conjunto de los ciudadanos.

En lo que se refiere a los canales de información empresarial, con el fin de facilitar el conocimiento del comportamiento en los principales mercados emisores de turismo hacia nuestro país, durante 1993 se van a realizar a través de nuestras oficinas seis detallados análisis de mercado, con el fin de poder conocer, en la medida de lo posible, la evolución de la demanda en los mismos para que se conviertan en un instrumento útil de diseño de la estrategia de las empresas del sector turístico. Del mismo modo, en nuestras oficinas de turismo en el exterior, que poseen una importante información sobre la situación de los mercados en los distintos momentos de la temporada convenientemente procesada, puede y debe ser de gran utilidad para el sector empresarial español. Por esta razón, se pretende que, al menos con una periodicidad semestral, se realicen y presenten estos informes de los principales mercados al sector empresarial. También se dará un fuerte impulso al desarrollo de bases de información empresarial y de mercado en las oficinas de turismo en el exterior, con el fin de que puedan utilizarse en beneficio de la promoción de las empresas españolas.

Se trata, en definitiva, de crear en cada mercado aquellos bancos de datos que identifiquen potenciales consumidores en segmentos de mercado muy específicos, capaces de generar alto valor añadido para incidir muy directamente en las actividades de promoción y «marketing» sobre los mismos, como sería el caso de importantes colectivos interesados en la naturaleza, la ornitología, la cultura, el arte, etcétera.

El nuevo sistema de información turística diseñado permite conocer de modo más profundo e inmediato los datos de actividad y de la realidad del mercado turístico español. La realización de encuestas de carácter mensual permitirá conocer tanto el número de visitantes extranjeros como el de españoles, su tipología y las variaciones en sus preferencias y comportamientos. Asimismo se pretende realizar, con carácter mensual, una encuesta de actividad del sector turístico que permitirá conocer de modo fiable los niveles de actividad referidos tanto al turismo nacional como al extranjero. Por último, durante

1993 se realizarán los estudios previos para la confección de las tablas «input/output» para el sector turístico.

En lo que se refiere a la información a los ciudadanos, es importante señalar la implantación de un teléfono 901 de información turística que, creemos, constituye un instrumento significativo para canalizar la información turística hacia los particulares, al mismo tiempo que supone una ayuda al turista extranjero que visite nuestro país. Este teléfono ofrece información no sólo estrictamente turística, sino también relativa a las diversas eventualidades en el ámbito de la sanidad, de la seguridad –por ejemplo, el acceso a las comisarías de policía–, etcétera, que se le pueden presentar al turista en el curso de sus vacaciones. El teléfono de información turística ha sido desarrollado en cooperación, como es lógico, con las comunidades autónomas. Por otra parte, hay que señalar que los bancos de datos de información turística de la Secretaría General de Turismo han sido durante 1992 abiertos al público para su utilización por empresas y particulares.

Antes de terminar, quiero hacer una breve mención a algunos aspectos normativos pendientes en el ámbito turístico.

En primer lugar, en lo relativo a la trasposición de la directiva sobre viajes combinados, que ha sido estudiado conjuntamente con las comunidades autónomas, como saben ustedes, se basa en la flexibilización de la actividad de intermediación en el mercado turístico, unida a un reforzamiento de la protección al consumidor, aspecto este último del que nuestra normativa vigente alcanza niveles de protección muy similares a los propuestos.

En lo que se refiere a la directiva de «time-sharing», estamos pendientes de la decisión final de la Comunidad Económica Europea sobre este aspecto, ya que lógicamente la legislación que estamos preparando con el Ministerio de Justicia debería ser posterior a la aprobación de la directiva comunitaria. No obstante, como existen en estos momentos diferencias entre los diferentes países comunitarios, si finalmente la Comunidad rehusase aprobar esta directiva, presentaríamos el proyecto de ley para que afectase exclusivamente a nuestro país.

Por otro lado, y de cara a 1993, pretendemos extender lo que hemos denominado planes de excelencia turística –hasta ahora se ha firmado uno con el municipio de Calviá, como he señalado anteriormente– a otros importantes destinos turísticos, como en estos momentos se está avanzando en la elaboración conjunta con destinos turísticos como Gandía, Cartagena, la Manga del Mar Menor, Torremolinos y algún significado destino en las Islas Canarias.

En lo que se refiere a otro instrumento de la política turística, como son los paradores, durante 1993 se incorporará a la red un nuevo parador, el de Cuenca, resultado de la rehabilitación del antiguo convento de San Pablo, con una inversión total que supera los 1.000 millones de pesetas. También se terminarán las obras de modernización y ampliación de los paradores de Fuenterrabía, de Santo Domingo de la Calzada y de Sigüenza, con inversiones respectivas de 500 y 425 millones de pesetas. En 1993 se proseguirán las obras del parador de Ronda, con una inversión de 1.100 millones de pesetas prevista, y se iniciarán las obras del nuevo parador de Plasencia y de la isla de Palma, ampliándose y modernizándose los de Zamora y Gibralfaro. Asimismo, se realizarán importantes obras de consolidación en los paradores de Santiago de Compostela y Benavente.

Con esta información, señorías, en la que quizá me he extendido demasiado, termino mi comparecencia y estoy a su disposición para aquellas preguntas o comentarios que quieran realizar.

El señor **PRESIDENTE:** Vamos a dar la palabra al Grupo que ha solicitado la segunda comparecencia.

Por Izquierda Unida, tiene la palabra, en primer lugar, el señor Castellano.

El señor **CASTELLANO CARDALLIAGUET:** Perdon, señor Presidente. Como la comparecencia la hemos subsumido en unas consideraciones de orden general y, luego, en unas preguntas muy concretas, yo solicitaría de la amabilidad de la presidencia que interviniera en primer lugar el portavoz oficial de nuestro Grupo en esta Comisión, Joan Josep Armet, y luego yo me referiría en concreto a la comparecencia solicitada con respecto a unas medidas muy concretas. Si le parece bien a la presidencia, lo haríamos así.

El señor **PRESIDENTE:** Como su Grupo desee. **(Pausa.)**

El señor Armet tiene la palabra.

El señor **ARMET COMA:** Señor Ministro, queremos darle las gracias por su información que la hubiéramos agradecido muchísimo más si nos hubiera sido entregada por escrito antes de su presentación, porque nos ha hundido usted a base de datos de informaciones difíciles de procesar en tan poco tiempo. Le reitero las gracias por su información, pero me parece que no debería ser éste el método de debate sobre el tema que nos ocupa. Nadie duda de que se han hecho muchas cosas, que hay muchas previstas –seguramente, nos podría haber dado muchos datos–, pero yo creo que deberíamos haber centrado el debate de hoy en cómo se iban cumpliendo las previsiones hechas en el plan aprobado el año pasado por su Ministerio, el plan-marco de promoción del turismo, fundamentalmente en lo referido a sus grandes orientaciones.

Existe un consenso amplio y generalizado y es que no se puede seguir –ya lo hemos discutido en otras ocasiones– con la exclusiva del turismo SOL Y PLAYA, porque existen otros competidores actuales o potenciales; que no se puede seguir tampoco con una oferta barata y un mal servicio; y que el objetivo de futuro era ir hacia una alternativa de un turismo de mayor calidad sin abandonar las posiciones importantes que ya tenemos adquiridas en el turismo de SOL Y PLAYA, debíamos ir avanzando hacia un turismo de mayor calidad, que pueda ser competitivo con otros destinos y, al mismo tiempo, conseguir

otras motivaciones para que los turistas vengan a nuestro país para disfrutar de su ocio. Sobre esto poco se nos ha dicho. Se nos ha comentado que en el año 1992 se ha registrado un cierto incremento en cuanto al número de turistas que, por otra parte, hemos de atribuir -ya lo ha dicho el señor Ministro- a los acontecimientos de Barcelona y Sevilla, con lo cual se enmascaran un poco las cifras, se enmascara un poco la realidad. Debo decir que me han sorprendido las previsiones optimistas de cara al año 1993, en que no existen estos eventos y la crisis económica es amplia, también a nivel internacional, lo cual no propiciará que exista un incremento del turismo. Si no me demuestra usted lo contrario, me parece más un buen deseo que una perspectiva lógica a esperar dadas las actuales circunstancias.

Asimismo, usted nos ha dado unas cifras de incremento, unas previsiones optimistas que yo, sin poder contraponerlas a otras cifras, sí las puedo contraponer al sentimiento de desánimo que existe en muchas zonas turísticas en las que este verano se ha apreciado una baja del turismo, con las consecuentes implicaciones en la política de empleo, etcétera, francamente preocupantes.

Cuando se presentó aquí el plan-marco de turismo ya dijimos que nos parecían, en principio, medidas correctas desde el punto de vista técnico, que comprometían tan sólo a la Secretaría de Turismo, y como mucho al Ministerio, pero que no comprometían al conjunto del Gobierno, porque la política turística no es exclusivamente de establecer escuelas turísticas o campañas promocionales en el extranjero, sino que, según los datos que nos ha dado el señor Ministro, intervienen otros factores, como es el descontento creciente del turista extranjero con las cuestiones medioambientales. Si no intervenimos de manera seria para ofrecer un turismo ecológicamente presentable, por más maravillas que puedan hacer a nivel publicitario nuestras agencias en el extranjero, el turismo va a caer y no vamos a poder ofrecer la alternativa de calidad que nos habíamos propuesto todos los que habíamos discutido sobre el turismo el año pasado.

No voy a insistir sobre estos aspectos en los cuales el señor Castellano hará especial incidencia, pero yo creo que el señor Ministro nos debe un repaso sobre medidas como, por ejemplo, cómo ha funcionado la Comisión interministerial para el turismo, que estaba prevista en el plan y sobre lo que me parece recordar que no ha dicho nada, o sobre cuáles son los niveles de cooperación que ha habido con las comunidades autónomas, más allá del aspecto genérico. Quisiera un comentario más político de ambas cuestiones y quisiera saber, en general, cuál está siendo el nivel de cumplimiento de los distintos objetivos que se habían propuesto en el plan-marco de turismo.

Hemos oído cifras, pero me parece que aquí hay dos objetivos que en su momento pudimos -y podemos ahora- criticar en cuanto a su inconcreción, porque demuestran buena voluntad, pero en muchos casos tan sólo se ha hecho referencia a los mismos, con lo cual mantenemos la sospecha de que eran, efectivamente, muestras de buena voluntad, pero de difícil traducción práctica. Llegamos a la conclusión de que el turismo es una industria importantísima y se deberían aunar esfuerzos a nivel de todas las administraciones, y, especialmente, de los distintos departamentos gubernamentales.

No se trata aquí -y hoy contamos con la presencia del señor Ministro- de discutir sobre si la Secretaría de Turismo lo ha hecho bien o mal -suponemos que, dentro de sus atribuciones, lo habrán hecho lo mejor que haya sabido y podido-, sino de analizar cuál es en su conjunto la política de turismo del Gobierno y si realmente ha existido este esfuerzo coordinado y conjunto que requería una situación que no queríamos calificar de crisis, pero sí de extraordinariamente complicada, de futuro incierto y, por tanto, de gran trascendencia económica.

Nada más. Cedo la palabra a mi compañero el señor Castellano.

El señor **PRESIDENTE:** Tiene la palabra el señor Castellano. Le ruego brevedad.

El señor **CASTELLANO CARDALLIAGUET:** Voy a procurar ser muy breve, señor Presidente.

Cuando nuestro Grupo Parlamentario solicitó la comparecencia del señor Secretario General de Turismo, para que nos informara acerca de las medidas que pudiera tener previstas para garantizar la calidad, precio y salubridad de los servicios que se prestan a los turistas, si yo no recuerdo mal corría la primavera del año pasado. Lamentablemente, esta clase de intervenciones nunca resultan anacrónicas, son siempre oportunas. Queremos dejar perfectamente claro que no hacíamos esta petición de comparecencia, cosa que sería absolutamente legítima, desde la perspectiva del ejercicio del famoso control político, sino que, bien al contrario, con esta comparecencia queríamos que se suscitara un debate precisamente acerca de qué medidas hay que poner en marcha para evitar un deterioro de una industria tan importante.

No vamos a caer, bajo ningún concepto, en la actitud poco rigurosa de imputarle al Ministerio, ni siquiera al resto de órganos administrativos de las comunidades autónomas o ayuntamientos, el hecho de que un sinvergüenza no se comporte como debe en la prestación de los servicios o abuse en los precios. Lo que sí es cierto es que en una industria tan importante, como ha puesto de manifiesto el señor Ministro en la exposición que ha hecho con motivo de la comparecencia, se observan un conjunto de anomalías o deficiencias que, sin ser imputables a la Administración en cualquiera de sus niveles, sí deben, por lo menos, suscitar una mínima sensibilidad.

El propio señor Ministro nos ha dado, dentro de este aluvión de cifras, una relación de cuáles son los grados de satisfacción o insatisfacción de los turistas acerca de los alojamientos, del funcionamiento de los servicios, de la alimentación y del medio ambiente. Yo le agradecería que no se pare exclusivamente en lo que a él le puede parecer que es un escaso volumen de insatisfacción, teniendo en cuenta la psicología del turista que, generalmente, no es muy proclive a, en un país extranjero, por deficiencias, ser protestón. Cuando se da un grado de insatisfacción que llega, ni más ni menos, a cerca de un

14 por ciento de los visitantes sobre una cifra de 39 millones, como usted ha puesto de manifiesto, en materia de alimentación, ¡ojo!, el tema ya tiene una cierta importancia. La tiene, sobre todo, porque el señor Ministro conoce mejor que nadie que hay una cosa que no nos gusta a ninguno de nosotros, y es estar leyendo permanentemente, en cuanto empieza la temporada turística, el conjunto de intoxicaciones y de daños que se causan porque no hay una vigilancia en una disciplina elemental sobre la salubridad de esta clase de productos.

Pedíamos la comparecencia simplemente para poner de manifiesto estas preocupaciones nuestras, para ver si eran compartidas y qué podíamos hacer entre todos. Tenemos una profunda preocupación, que usted nos avala con su información cuando nos dice que de nuestros visitantes, un 23 por ciento va a parar a hoteles y, por tanto, un 77 por ciento va a parar a apartamentos. Apartamentos, señor Ministro –se lo digo con toda crudeza para su Gobierno–, que a lo largo de la utilización turística durante ese período estival suponen el más absoluto fraude fiscal y la más absoluta competencia desleal con los establecimientos hoteleros. No hay el menor control de las condiciones en que se alquilan estos apartamentos, de los medios de los que se dotan y, en consecuencia, no hay el menor control de las rentas abusivas que se cobran y, lo que es peor, por ahí escapa un importante factor. Esto, lógicamente, constituye un agravio comparativo para los establecimientos hoteleros, que pagan rigurosamente –soportan una justa presión fiscal– los impuestos. La cifra es alarmante: un 77 por ciento de visitantes utilizan unas instalaciones sobre las cuales el Estado podemos decir que está como los tres muditos, con las manos puestas en los ojos, en las orejas y en la boca. Y supongo que usted tiene los datos, aunque, lógicamente, el señor Ministro no va a venir hoy aquí a poner los datos patológicos encima de la mesa, sino que tiene obligación de ponernos los datos triunfales. Pero los patológicos son interesantes, y usted tiene de sobra delegaciones por todo el Estado para que le digan cuál es el conjunto de reclamaciones que se producen por el alquiler de esta clase de instalaciones que no cubren los mínimos. Sé que a lo mejor esta intervención no les gusta nada a algunos de los propios miembros de la Comisión, porque si, efectivamente, sus gobiernos autonómicos metieran mano en este tema de los apartamentos, les costaría las elecciones –me refiero en concreto a determinadas zonas–, pero creo que, al margen de las actitudes de carácter oportunista o electorero, es bueno que todos vigilemos la fiscalidad de este país.

En esta misma línea le agradecería que, como usted tiene seguramente bastante mejor relación con el Ministro del Interior, señor Corcuera, que nuestro Grupo, al que le hace objeto todos los días de las agresiones más injustificadas, le pidiera a su querido compañero de Gabinete que le dijera cuál es el volumen de denuncias que diariamente se presentan –por ejemplo, en dos comisarías, Valencia o Palma de Mallorca– de turistas que no acaban de bajar del medio de transporte y han sido absolutamente expoliados. A lo mejor la justificación durante el año 1992 estuvo en que había que desplazar todos los medios de protección y de seguridad a la Expo, de modo que, efectivamente, campó a sus anchas todo el conjunto de esta delincuencia del menudeo por otro conjunto de zonas, pero es que es alarmante que en la comisaría de Palma se haya llegado a 2.500 denuncias en un mes. Creo que es una cifra bastante importante como para que la tengamos en cuenta.

Hay otro tema que me gustaría tratar, y por eso pedimos la comparecencia, y es que creo que habrá que tomar medidas entre la Administración central, las administraciones autónomicas y la Administración municipal, no sólo en lo que se refiere a seguridad, sino en lo que se refiere a salubridad y debida instalación de los apartamentos y a su fiscalidad, a que no haya abuso en los precios, a la situación de absoluta indefensión en que se encuentran muchísimos de nuestros visitantes cuando tienen que entrar en este mundo tan complejo como es el mundo del vuelo charter, con los «overbooking» correspondientes. Es realmente penoso el espectáculo de centenares de visitantes que quedan absolutamente al arbitrio de la actuación de nadie sabe qué conjunto de compañías irresponsables, que pueden llegar a pasarse 48 horas en un aeropuerto hasta que precisamente nuestras compañías aéreas empiezan a tomar medidas. Sobre esto tiene que haber también alguna clase de intervención o disciplina.

Voy a acabar enseguida, tal como me lo ha pedido el señor Presidente, haciendo una sincera consideración. Todos estamos interesadísimos en que esa industria turística tan compleja, por lo que supone para nuestro país, tenga cada día un mejor porvenir. Ahora, no podemos, por lo importantes que son las cifras que usted maneja, ocultar el conjunto de patologías que subyacen y sobre las cuales, de verdad y con todo respeto, vemos que no hay una actuación decidida. ¿Por qué le digo esto? Porque supongo que hubiera sido bueno que, al lado del conjunto de cifras que nos ha dado, nos hubiera puesto una encima de la mesa, la que yo le pido: el número de expedientes por infracción y sanción que se han impuesto no sólo por la Administración central, sino por las demás administraciones en esta materia, porque eso nos daría una nota.

Es público y notorio que es rarísimo el restaurante que se cierra, es rarísimo el hotel al que se le sanciona, es rarísima la sanción que pueda poner una consejería de turismo de cualquier autonomía sobre el tráfico ilegal de esta clase de apartamentos, y todo esto está contribuyendo a que haya una situación que se puede calificar auténticamente de jungla, en la que el turista se defiende por sus propios medios, y sin poner en tela de juicio el esfuerzo que pueda hacer la Administración central en llevar adelante un intento de propaganda.

En todo caso, le voy a dar un dato. No sé si las condiciones para el año que viene serán muy favorables o no, pero le puedo decir a usted que el año pasado, en pleno verano, el 30 por ciento de los hoteles de Ibiza estuvieron cerrados, y no creo que Ibiza sea uno de los lugares que no fuera deseado. Le puedo dar el dato, repito, de que en

estos momentos, por lo menos que yo conozca, en la isla de Mallorca más de 25 hoteles están siendo cerrados y se están reconvirtiendo. No parece que estas cifras se compaginen muy bien con la presentación de un panorama que no lo quiero calificar de triunfal, porque sé que no es esa su intención, señor Ministro, pero sí que lo voy a considerar un poco parcial. Nos ha puesto encima de la mesa lo que le ha convenido en un platillo de la balanza, y lo que le pedimos es, sin ninguna crítica, que ponga en otro platillo muchas deficiencias para que entre todos se corrijan, sin que vea en esto ningún intento de hacer una crítica, que, además, sería contraria a los intereses de toda la nación y que incluso en un momento determinado podría suponer tirar piedras contra nuestro propio tejado.

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

El señor **AGUIRRE RODRIGUEZ:** Señor Ministro, me tengo que sumar, lógicamente, a las protestas de algunos otros compañeros de esta Comisión, porque es la segunda vez que toma usted presencia aquí para explicarnos planes sobre el turismo, y es la segunda vez que no nos manda ningún documento para poder operar sobre el mismo con antelación. Hay compañeros de su Administración –y no tengo ningún problema en reconocerlo– que lo hacen bastante mejor, como es el señor Zabalza, que siempre nos envía, con una antelación de 15 días, el contenido de los informes que se van a someter a debate. Dejo constancia de ello con el espíritu de que estoy convencido de que se puede corregir si hay voluntad por su parte. Bien es verdad que la intervención que ha tenido lugar esta mañana tiene algunos antecedentes en sucesivas ruedas de prensa del Secretario General de Turismo y, por tanto, la estructura, por así decirlo, viene ya recogida, aunque no con la abundancia de los datos que usted nos ha planteado.

Opino que el Gobierno sigue teniendo la tendencia de ampararse en un conjunto de cifras, sin querer reconocer otro conjunto de efectos que subyacen en la estructura del turismo. Pero ustedes, repito, de una manera machacona intentan ampararse en estas cifras, que cabría también intentar valorar con serenidad, como podría ser la propia de la estructura de los visitantes.

Si nos referimos a lo que nos acaba de leer, podemos observar que en este momento Portugal es uno de nuestros grandes clientes en el turismo, hasta el punto de que si Francia aporta 11,7 millones de turistas, Portugal aporta 11,5. Por tanto, tenemos ahí un mercado interesantísimo. Pero me cabría hacer la pregunta en voz alta de si se trata exactamente de turistas o se trata de transeúntes por la geografía española en el trasiego de la emigración. Lo mismo sucede con los marroquíes, que aquí hay dos millones, que es un número importante.

Esa estructura nos hace pensar, junto al crecimiento que se ha registrado en 1992, que el año no sólo no ha sido aceptable, sino que ha sido bastante irregular, puesto que el crecimiento de 1,8 millones de visitantes habría que vincularlo casi directamente a los eventos de 1992 y a que luego hay mucho turista que podría ser considerado transeúnte simplemente.

Al observar cómo han evolucionado los crecimientos en lo que podemos llamar temporada alta, es decir, junio, julio y agosto –y quiero aquí recordar las cifras–, vemos que en junio el crecimiento de visitantes fue negativo, el 0,3; en julio el crecimiento de visitantes fue negativo, el 0,5; en agosto el crecimiento fue levísimamente positivo, el 1,2. Es decir, en ese período de la temporada alta España ha tenido en el año 1992 un claro cuadro de estancamiento. Si a eso le añadimos que las visitas por comunidades autónomas han sido claramente irregulares y que tan sólo ha habido dos comunidades que han arrojado cifras positivas, como pueden ser Baleares y Canarias, creo que el año no es especialmente bueno, lo que viene refrendado, además, por el hecho de que la ocupación media hotelera, según he podido tomar nota de su exposición, asciende solamente al 52 por ciento. A ello hay que agregarle que se han creado un número de plazas nuevas que no ha venido acompañado del correspondiente cierre de plazas obsoletas. Por tanto, estamos inflando nuevamente nuestro cuadro de alojamiento turístico.

Tengo que sumarme también a algunas peticiones cuando se habla del plan «Futurex». Ya conoce el señor Ministro la opinión del Grupo Popular en torno al plan «Futurex»: nos parece intranscendente; lo que pasa es que no hace daño. En cualquier caso, la escasez de la apoyatura presupuestaria de este plan nos parece absolutamente, repito, intranscendente. Pero sí nos gustaría conocer, aprovechando que está usted aquí, qué ha pasado con la Comisión interministerial, con la Conferencia sectorial, con el Consejo consultivo, con el Comité de calidad y con el Comité de «marketing», que son, como usted sabe, una serie de órganos que contenía el plan «Futurex» en su parte número cuatro, si no recuerdo mal.

También nos gustaría conocer, dado que está usted aquí, insisto, de qué forma va a afrontar el Ministerio todo lo relativo a las consecuencias de la liberalización del espacio aéreo, y muy en concreto lo relativo al «handling», sobre el que no hemos escuchado mucho. Nos parece preocupante que siga usted diciéndonos que si ocurre tal cosa nos va a mandar la ley sobre la multipropiedad. A mí me da la impresión, señor Ministro, de que es hora de que la envíe. Ahora bien, ¿usted quiere seguir esperando a ver si se produce en Europa algún tipo de normativas? Pues sigamos esperando lo que usted quiera, pero lo más prudente será que algún otro grupo le presente una alternativa a esta ley, porque vemos que hay excesiva ausencia y que esa ausencia puede provocar unos contenciosos de alto riesgo.

Sigue pendiente, y usted lo sabe, todo lo relativo a la sustitución de las ordenanzas laborales del sector turístico. Sería prudente conocer cuál es su opinión de cara a 1993, si esto se puede producir en 1993 o también lo vamos a dejar para 1994.

También tengo que sumarme a lo que ya se ha dicho aquí respecto a que no hemos visto ningún anuncio de

medidas para corregir la oferta sumergida. Ya sé que no es competencia exclusiva de la Administración central, pero en cualquier caso tiene que jugar un papel en el intento de aflorar esta oferta. Y desde luego usted ha pasado de puntillas, por no decir que prácticamente saltando, por encima de todo lo relativo al impacto de la política fiscal del Gobierno en el sector turístico. No hemos escuchado nada sobre si hay algún planteamiento de cara al futuro para intentar que el impacto de la política fiscal del Gobierno no incida de una manera tan negativa en el mundo del tranporte y en el mundo del alojamiento. Respecto a este último no tengo más que referirme a algunas noticias que están apareciendo en prensa –supongo que usted también las habrá leído– en relación con el alojamiento de calidad español, y también nos hubiera gustado escuchar algo sobre si existe alguna medida en torno a este tema para el mundo de la restauración, pero insisto que no hemos escuchado nada.

Algo ha dicho sobre el plan de estudios, pero nos parece bastante escaso por no decir que levísimo, y en una próxima comparecencia intentaremos ahondar con mayor detalle en este asunto.

Para finalizar la intervención del Grupo Popular, señor Ministro, tengo que reconocer que sería bueno que en torno al plan «Futurex» facilitara a los miembros de esta Comisión ya no sólo documentos que ha proporcionado a otros organismos, sino que sería bueno que conociéramos de qué manera se han distribuido estos apoyos en el plan «Futurex» con carácter regionalizado. A mi Grupo le gustaría conocer, dado que no tiene gobierno en todas las comunidades autónomas, cómo se ha distribuido la adjudicación del plan «Futurex» en dichas comunidades autónomas, porque baja, parece ser, la adjudicación si se estima que nos ha anunciado que en 1992 ha sido exclusivamente del 50 por ciento de los proyectos que se han presentado. Consideramos, repito, que es una adjudicación baja, y nos gustaría escuchar la razón de ello. Igualmente quisiéramos que facilitara a los grupos la distribución por comunidades autónomas.

Yo no tengo nada que decir, por resultarme absolutamente calderilla, sobre las inversiones para la promoción. La cifra la conoce usted igual que nosotros. Lo que se ha destinado a promoción en 1992 representa, permítame decirlo de esta forma, el 0,00000004 por ciento, es decir, siete ceros y un cuatro después de una coma, del Presupuesto del Estado. También me gustaría poner de manifiesto este tipo de inversiones en promoción en relación con los ingresos que genera la actividad turística en España.

En la última parte de su intervención nos ha hablado de las previsiones para el año 1993. Tengo que recordarle que las previsiones para 1992 no es que se hayan cumplido precisamente, pero usted nos está dando unas previsiones para el año 1993 bastante más bajas que las que en su momento se hicieron para el 1992, y más bajas de las que realmente se han registrado para dicho año.

Nos gustaría conocer –no he podido tomar nota, no sé si es que no lo ha dicho– en cuánto estima el crecimiento de esas previsiones para Europa. Ha hablado de Alemania, del Reino Unido, de Francia, pero no nos ha determinado una cifra al igual que ha hecho con Estados Unidos, que nos ha dicho el 10 por ciento, o en Japón, con el 5 por ciento. Por tanto, ya sabemos todos que para el año que viene en las cosas para el sector turístico precisamente en previsiones no es que pinten oros. Intentemos aprovechar este período para subir las calidades, para no presionar fiscalmente y con exceso, con el fin de que nuestra industria pueda ser competitiva, y un sinfín de condiciones más que ya conoce usted que están en el reclamo del sector y que tendrán que formar parte claramente de una nueva comparecencia a la vista del texto tan extenso que nos ha leído.

Por nuestra parte, muchas gracias al señor Ministro por su comparecencia y gracias a la Presidencia.

El señor **PRESIDENTE:** Por el Grupo Parlamentario Catalán de convergència i Unió, tiene la palabra el señor Sedó.

El señor **SEDO I MARSAL:** En primer lugar, y por cortesía, quiero saludar al señor Ministro en nombre de mi Grupo y también al señor Secretario General. Otros compañeros ya lo han dicho, y yo insisto en ello, y es que me ha dado la impresión, de la primera lectura que ha hecho el señor Ministro, que el informe es consecuencia de la resolución número 15 del informe que la Ponencia de esta Comisión había realizado dentro del documento aprobado por el Congreso en noviembre de 1991, donde se decía que anualmente la Secretaría General informaría, y supongo que éste es el informe.

Este informe que se nos ha dado hoy ha sido una recolección de muchos datos estadísticos que tiene la Secretaría General directamente o a través de comunidades autónomas dentro de lo que estamos hablando de colaboraciones y coordinaciones. Lógicamente, los contrastaremos con los nuestros facilitados en la Comunidad Autónoma de Cataluña por el gobierno catalán, donde está nuestro Grupo, pero nosotros estamos cortésmente críticos en lo que se refiere a todo el tema del sector turístico. No vamos a sacar temas catastróficos, pero sí estamos, insisto, críticos. Creemos que ustedes ya no pretenden recuperar competencias de las que tienen traspasadas a las comunidades autónomas, sino que actúan como si las tuviesen, y creemos que la Secretaría General actúa también en muchos casos sin tener en cuenta lo que establece la Constitución, el Estatuto de Autonomía de Cataluña y la jurisprudencia sentada por el Tribunal Constitucional en lo que se refiere al traspaso de competencias.

Me contestarán luego siendo críticos en el aspecto de que la Consejería de Comercio y Turismo de la Generalitat de Catalunya tiene recurrido el plan «Futurex» en cuanto al tema de las subvenciones. Pero creemos que esto debe ser así, que el plan «Futurex», tal y como se desarrolla, está invadiendo competencias. Creemos que se puede hacer lo que se está haciendo desde el Gobierno central en cuanto a la concesión de subvenciones previstas hasta 1995, que son 48.000 millones de pesetas. Se nos ha dicho que en 1992 se han concedido 1.800 millo-

nes; esto representa un cuatro por ciento, y no me voy a macrocantidades comparativas fuera del sector, pero a Cataluña le han ido simplemente 337 millones. Nosotros creemos que la Comunidad Autónoma ha colaborado en todo momento en este tema sin paralizar, en modo alguno, el desarrollo de los créditos, pero vemos que está muy claro, por jurisprudencia, que la distribución final debería ser desde la Comunidad Autónoma.

Aquí podríamos poner un ejemplo, y es cuando vamos por nuestras carreteras o por las nuevas autovías de este Plan General de Carreteras vigente -que no hemos criticado prácticamente nunca- donde vemos que en sus letreros figura un rótulo detallando al final: «con fondos del FEDER u otros fondos de la Comunidad Económica Europea». Nos parece que aunque el dinero sea de la Comunidad Europea, no tiene que ser ella quien haga la carretera, la que subaste y la que intervenga en todo el tema, sino que está muy bien que el Estado tenga esas competencias, pero cuando las mismas las tengan las comunidades autónomas, éstas deben gestionar tales subvenciones, o sea, resolver el tema que se ha recurrido.

Podría citarle extensamente otras cuestiones que nos preocupan, y en las que creo que debería entrarse, pero las voy a citar para que en otros momentos podamos verlas.

Creemos que en el aspecto fiscal también se ha dicho que los hoteles de cinco estrellas no tienen la posibilidad de una reducción del IVA y estamos observando la reconversión de muchos de ellos, que van bajando sus estrellas para no tener que cobrar un IVA del 15 por ciento.

Además, ¿por qué sigue para el turismo la política monetaria de intereses tan altos? También perjudicó mucho a todo el sector turístico que la devaluación de la peseta fuese después del verano, aunque dicho sector turístico estuvo solicitando que fuese antes.

Nosotros pensamos que, en el tema de las competencias, el asunto de la Escuela Oficial de Turismo también se encuentra con interferencias o que sufre choques con las comunidades autónomas. Quisiéramos que España, en la Comunidad Económica Europea, tuviese un trato no diré de favor, pero casi equivalente al que pueden haber tenido los demás países respecto a otros temas. Todos sabemos que en agricultura verdaderamente ha habido un favoritismo por parte de la Comunidad Económica respecto a otros sectores. Pues si España es fuerte en turismo, que verdaderamente se note que la Comunidad Económica Europea defiende nuestros intereses.

Tenemos otros temas, como el de la Comisión interministerial, y usted nos ha citado la actuación de diversos ministerios en otros asuntos, pero creemos que en transportes el Ministerio tiene que actuar todavía, así como en seguridad ciudadana.

En dotación de mayores recursos a los municipios turísticos quizá me contestarán que las comunidades autónomas traspasen dinero a los ayuntamientos; no va por aquí el tema, aunque en un momento puede discutirse, pero en el debate de los Presupuestos Generales del Estado estamos discutiendo cada año que los ayuntamientos quieren más dotaciones, y los de los municipios turísticos también tendrían que tenerlas.

Por último, creo que lo que haremos será pasar todo esto a una pregunta parlamentaria, para ver verdaderamente cuál es el personal que se mueve dentro del turismo, qué coste representa y prácticamente qué hace todo esto dentro de la Secretaría General. Porque, si no hay competencias, en realidad lo que creo que está pasando -aunque sea una crítica cortés habrá de ser dura si hace falta- es que a su equipo de la Secretaría General le falta pista, o sea, es demasiado equipo para las pocas competencias que legalmente tiene. Por tanto, se busca pista por donde sea.

Lo que lamento muchísimo son unas declaraciones del señor Panizo publicadas en la mayoría de los medios de comunicación, por no decir en todos, respecto a los parques temáticos, sobre todo al que se construye en Cataluña, con muchos problemas, eso sí. En cambio, al cabo de unos días encontramos la promoción de otro parque temático, que también me parece muy lógico, sobre el que no he visto ninguna crítica y que está dotado con dineros públicos, como es el Parque de La Cartuja, que me parece lógico que exista y repito que no lo critico.

Todas estas cosas vienen con guindas. Hace pocos días se produjo una visita pastoral, podríamos decir, de un director general de su Ministerio a las zonas turísticas catalanas, concretamente a Sitges, sin siquiera comunicarlo a la Comunidad Autónoma, que lo habrían acompañado gustosamente, aunque sólo fuera por cortesía, pero siendo críticos. Me parece que aquí estamos hablando desde hace mucho tiempo de este tema de relación entre los dos entes, Secretaría General-Consellería, que se toleran y se soportan pero verdaderamente no se quieren. Yo desearía que todo esto se arreglase, lógicamente dentro del marco competencial que está bien marcado por la legislación vigente.

Nada más.

El señor **PRESIDENTE:** La legislación establece la regulación de los matrimonios, pero lo del amor ya es mucho más difícil, señor Sedó. **(Risas.)**

Por el Grupo Mixto, como van a repartirse los tiempos, tiene la palabra el señor Pérez Bueno durante cinco minutos.

El señor **PEREZ BUENO:** Señor Presidente, no necesito insistir en la importancia del turismo, dada la escasez de tiempo, pero sí quiero señalar que hay comunidades, como en el caso de Andalucía, para las que, ante la falta de un desarrollo industrial, constituye una actividad clave y fundamental para su desarrollo.

Me preocupa que el Ministro, aparte de los datos y cifras que ha dado, abunde en el tradicional protagonismo de las acciones de carácter coyuntural en la política turística, mientras que nosotros vemos, y por ello denunciamos, que se mantiene un reducido alcance de medidas de saneamiento y reformas estructurales del sector. El riesgo que subyace detrás de este planteamiento, es decir, detrás del mantenimiento de una política incentivadora

de la expansión del sector en lugar de abordar esa reforma de sus estructuras básicas, es que puede contribuir a consolidar la actual situación de crisis del turismo tradicional español, y más concretamente del andaluz.

El diagnóstico del sector, señor Ministro, puede resumirse en la contrastación de la crisis del Mediterráneo español como destino turístico dentro del mantenimiento del tono expansivo de la actividad turística a nivel mundial. Esta es una realidad y es la que creemos que no aborda el Ministro de Industria.

Creemos que de lo que se trata es de superar la contradicción de fondo existente entre la situación de crisis, debida entre otras razones al sobredimensionamiento que tiene la oferta, y la machacona insistencia en instrumentalizar las políticas casi de forma exclusiva en medidas de potenciación de la oferta.

Parece oportuno en estos momentos, creemos nosotros, dirigir las orientaciones dominantes de la estrategia política hacia el saneamiento y la reforma de los elementos que son los más dañados por la crisis del modelo, en lugar de seguir concentrando recursos y esfuerzos en acciones de promoción y expansión.

Esto significa que, aunque sean apoyadas las potencialidades del turismo basadas en motivacionés diferentes del tradicional, ésta no es la forma de solucionar los problemas del sector, especialmente en las zonas de mayor tradición turística. Quiere decir que habría que esforzarse en recuperar, por ejemplo, las playas, el entorno turístico ambiental y asegurar la sanidad antes de insistir en su comercialización. Es decir, señor Ministro, las posibilidades de promoción exterior están limitadas por la ausencia de una adecuada política del producto. El producto turístico español es un producto devaluado. Las playas están continuamente sucias, hay dificultad en los transportes. Usted sabrá que hay zonas turísticas donde el desplazamiento de 60 kilómetros para llegar al aeropuerto puede suponer 3 ó 4 horas en las épocas estivales, lo que provoca que sea un factor desincentivador del turista que se tiene que mover, que desplazar para salir o llegar a su destino. Hay mala atención en sanidad. Los ayuntamientos no pueden prestar unos servicios excesivos como consecuencia de una población flotante en las épocas turísticas, y no existe una financiación adecuada para estos ayuntamientos que deberían gozar de un estatuto turístico especial que pudiera abordar estos problemas. En consecuencia, el producto está devaluado y creemos nosotros que lo que hace falta es enmarcar la política turística en un contexto más general, más amplio, donde se tengan en cuenta las otras políticas que son coincidentes en la valoración del producto turístico.

Además, nosotros creemos que es necesario algo que no se ha hecho, que es un plan de reestructuración del sector. Un plan de reestructuración se hizo con la industria y se hace con cualquier sector que, primero, sea una actividad clave para el funcionamiento del conjunto de la economía y, segundo, cuya posición se deteriore continuamente en un período de tiempo determinado porque tenga problemas estructurales y la iniciativa privada no tenga capacidad para abordar su solución. Esto es lo que ocurre con el turismo, comó ocurría con la industria. A comienzos de los ochenta creemos nosotros que se perdió la oportunidad de incluir el sector turístico dentro de esta política de reconversión, de reestructuración y saneamiento de sus estructuras políticas.

¿Por qué fue esto así? Porque quizá no existió en las comunidades, fundamentalmente turísticas, esa capacidad de presión que tienen las comunidades industriales, ni tampoco agentes sociales, como fue fundamentalmente la banca, la gran beneficiada de la reconversión industrial, porque los grupos industriales ligados al sector bancario fueron los principales beneficiarios. Lo cierto es que se pospone en el tiempo una política clara y decidida de reestructuración, de saneamiento de un sector que está claramente en crisis, que en algunos casos concretos, como en el caso de Andalucía, el turismo de sol y playa representa casi el 90 por ciento del sector turístico; consecuentemente, todo el objetivo de una política turística debería ir encaminado a replantear la situación del sector.

Por ello, señor Ministro, nosotros pensamos que el objetivo de recuperar las condiciones de competitividad no puede lograrse con medidas coyunturales. No se puede hacer. Hay que ir a fondo a los temas, hay que hacer una política de producto, una política de empresa, una política de oferta, y, además, en la estrategia política y económica, hay que tratar de optimizar la sinergia entre la economía del turismo y el desarrollo regional.

Este es un sector que puede jugar un factor muy importante en las políticas de desarrollo regional. En situaciones de crisis como la que se vive actualmente hay comunidades que pueden ser una opción y una alternativa para paliar o amortiguar los efectos de la crisis, incluso para plantear una situación alternativa de salida y desarrollo de la misma, y yo creo que ésta es la obligación que tiene el Ministerio, aunque ya no tiene tiempo, pienso yo, para abordarlo en lo que queda de legislatura. Pero ésta es la gran ocasión perdida en un sector en el que no caben paños calientes y sí medidas a fondo.

El señor **PRESIDENTE:** Señor Mardones, tiene la palabra por cinco minutos.

El señor **MARDONES SEVILLA:** Quiero comenzar por agradecer la presencia aquí del señor Ministro de Industria, Comercio y Turismo y la información que nos ha dado, pero la información verbal.

Y permítame entonces, en consecuencia, que tenga que recriminar que quien fue capaz de traernos en mayo de 1992 un magnífico ejemplar de estudio del plan marco de competitividad del turismo español, y que yo en aquella ocasión elogié, ahora no nos traiga el segundo volumen donde venga el análisis de resultados. Porque si bien es cierto que hay materias administrativas en que caben discusiones sobre el fondo y la filosofía o la directriz política que las impregna, de la que tampoco se libra el turismo, no es menos cierto que ésta es una materia en la que tener delante los parámetros numéricos de análisis aritmético del comportamiento de los distintos factores

que introduce el turismo en el análisis, no nos haría improvisar ni hacer críticas con pólvora de rey, sino ir directamente al análisis objetivo. Sobre todo en una materia en la que, a nuestro juicio (y desde la óptica de Diputado de una Comunidad Autónoma como la de Canarias, cuyo producto interior bruto en más del 70 por ciento está generado precisamente por el sector turismo, muy por delante del segundo sector que le sigue, que es el sector de la agricultura), hay unos resultados presentables, dentro de la difícil coyuntura que se ha evidenciado, incluso, para comunidades autónomas como la canaria, que ha tenido que hacer frente en 1992, en su cuenta de resultados, a la competitividad interna española de una Barcelona olímpica o de una Exposición Universal de Sevilla que incluso facilitó un turismo interior de desplazamiento, pese a todas las dificultades de precios y de transporte, desde la Comunidad Autónoma canaria hacia estas dos destacadas áreas peninsulares de Cataluña y Andalucía. Por tanto, cumplamos la propuesta de la resolución decimoquinta que aprobó este Congreso de los Diputados para que venga por delante el informe sobre el cual actuar.

Quisiera hacerle, señor Ministro, las siguientes observaciones a raíz de lo que aquí se comprometió la Administración con el plan marco. ¿Se ha elaborado, como decía la propuesta del programa de planificación de las estrategias de mercado y comercialización, un plan anual de promoción turística en el cual hayan intervenido, como allí se implicaba, las diferentes comunidades autónomas con sus prioridades? Eso ¿en que marco institucional se ha hecho? ¿Se ha hecho por el propio Ministerio o se ha hecho dentro de lo que entendíamos que era el marco institucional ya señalado, que era la Conferencia Sectorial de Turismo, en la que estaba el órgano paritario Administración-comunidades autónomas? Porque si no, estamos haciendo puramente literatura de propuestas institucionales.

En segundo lugar, en las propuestas de resolución que se adoptaron en el mes de noviembre de 1991, en su punto 7, había un compromiso con respecto al Plan Nacional de Carreteras y una vinculación precisamente con la islas Baleares y Canarias y, después, el Plan Integral de Saneamiento de Costas. En las informaciones que aquí ha traído el señor Ministro de Obras Públicas, su colega señor Borrell, la verdad es que no hemos visto ninguna referencia justificativa de obras de infraestructura que estuvieran correlacionadas con el imperativo turístico.

Tengo que decir, fundamentalmente, que cuando el Banco de España está haciendo operaciones de sostenimiento de la peseta, recurriendo a los fondos de reserva de divisas españolas, el Ministerio cuya titularidad usted ostenta tiene una carta de poder para decir: dado el comportamieno de la balanza comercial por cuenta corriente en este país y dado que soy el Ministro de Industria, Comercio y Turismo, me puede usted decir, señor Gobernador del Banco de España, lo que usted quiera sobre la industria, pero ¡sobre el turismo!, yo le estoy aportando a usted precisamente un componente de ese fondo de divisas que sirve para mantener la peseta (contrasentido tremendo en turismo) cuando los empresarios del sector dicen que se devalúe la peseta.

Me gustaría conocer su opinión, señor Ministro, sobre si hay alguna expectativa, dado el comportamiento de las monedas europeas, para hacer una devaluación que haga más competitivo el sector turístico en España, como la exportación (pero estamos hablando aquí de turismo, no de exportación), con una devaluación de la peseta más acorde con su cotización en este momento en el Sistema Monetario Europeo.

La siguiente cuestión que le quiero plantear, señor Ministro, es si se ha tenido en cuenta la posibilidad de potenciar lo que se llamaba el Programa marquista de promoción turística, porque parece que no está saliendo a los mercados, no sé por responsabilidad de quién, porque en este programa también había no solamente una implicación administrativa, sino una implicación de los sectores privados del turismo. Me gustaría que nos dijera el juicio de valor que puedan tener desde la Administración, tanto usted como el Secretario General, señor Panizo, sobre estos programas de promoción marquista, sobre todo cuando se nos anuncia tanta comparecencia española en las ferias de promoción del turismo.

Finalmente, y con esto termino, señor Presidente, dos cuestiones. En la previsión para 1993 yo coincido con el diagnóstico que usted ha hecho, señor Ministro. Con la situación de crisis económica y el reforzamiento de determinadas monedas extranjeras, como el dólar, la previsión lógica que hay es que van a salir menos turistas españoles hacia el extranjero y pueden venir más. Desde Canarias se contempla un año turístico bueno, con optimismo; no hay pesimismo en este momento en el sector. Razón de más para que hubieran traído ustedes una cifra, porque creo que si no tiene España la nota de sobresaliente en turismo, la de notable sí la tiene. Pero en este caso, si van a quedarse más españoles sin salir al extranjero, por una cuestión puramente económica, ¿por qué no se hace un esfuerzo institucional, de promoción de turismo interior para ese componente de españoles? Yo no sé cómo se tiene que hacer esto, si se tiene que hacer comunidad autónoma por comunidad autónoma o se tiene que hacer en el marco institucional. Yo iría a la postura mixta, como postulaban las propuestas de resolución o como ustedes dijeron en la Conferencia Sectorial del Turismo, para que haya una captación de este recurso de turismo interior en algunas comunidades autónomas que tienen un ciclo distinto, como es el caso de Canarias con respecto a Baleares y península; nos sería tremendamente atractivo que, por ejemplo, en verano, época baja en Canarias, se pudiera tener el reflujo de este turismo interno español.

Y, por último, lo que me preocupa, señor Ministro, y donde veo ausencia de información y nubarrones, es lo que se refiere a los estímulos económicos y fiscales que planteaba el plan marco. Su colega el Ministro de Economía y Hacienda tiene que flexibilizar medidas de estímulo económico o fiscal sobre este tema y coordinarlas con los últimos debates que hemos tenido aquí de lucha contra el desempleo. Porque yo comprendo, señor Ministro,

que usted tiene que cerrar Altos Hornos, que en este momento es de su competencia ministerial, pero abra hoteles en la medida que esto genera puestos de trabajo masivo, igual que todo ese sector de hostelería y servicios que le acompaña. No hay incentivo fiscal y, encima, la banca, en áreas turísticas como Canarias, en este momento puede ser propietaria por créditos hipotecarios o por la llamada dación en pago, fórmula que han tenido que buscar para que siga funcionando un establecimiento turístico sin cerrar sus puertas. Hay que ver qué acción económico-financiera se puede hacer sobre la banca para que este sector cautivo por créditos hipotecarios en su poder, no se cierre y funcione. Aquí ha habido Diputados que han hablado de cifras escalofriantes, entre ellos el señor Castellano sobre Baleares, en el cierre de hoteles. Deben funcionar los incentivos fiscales porque no vemos en el Decreto ley, convalidado recientemente en esta Cámara, sobre medidas económicas y fiscales de lucha contra el desempleo, que se contemple el estímulo económico y el incentivo fiscal sobre este importantísimo sector estratégico (la primera propuesta de resolución que aprobamos aquí fue la declarar al turismo sector estratégico, pero después no aparece esta estrategia por ningún lado) para que esta difícil coyuntura económica de España encuentre en el turismo una de las fórmulas de aliviar la tensión interna por el paro, el desempleo, la economía, que tiene actualmente esta cuestión.

El señor **PRESIDENTE:** Por el Grupo Socialista tiene la palabra el señor Costa.

El señor **COSTA COSTA:** Señor Ministro, permítame empezar mi intervención, en primer lugar, felicitando al Ministerio por haber liderado una política turística innovadora, clara, transparente y, lo más importante, ampliamente compartida por las comunidades autónomas, por las empresas y por los sindicatos. Todo ello a pesar de las dificultades que implica la gestión de esta competencia por el marco derivado de la Constitución Española.

Empiezo así esta intervención porque creo que se ha dotado a España de una política turística que, enlazando con lo que decía el señor Mardones, merece un calificativo, por lo menos, de notable en su elaboración y en la corta ejecución que lleva el plan liderado por el Ministerio. Me voy a referir al año pasado y, después, a las preocupaciones de futuro que tiene el Grupo Parlamentario Socialista.

Dentro del clima de actual preocupación por la marcha de la economía, tanto en España como más allá de nuestras fronteras, en todo el mundo occidental, tenemos hoy la gratificación de escuchar unas cifras de crecimiento de un sector económico tan importante como es el turismo; yo creo que esto no se debe menospreciar, en absoluto, y debe quedar constancia de ello. Un 3,4 por ciento de crecmiento en los datos globales de 1992 en número de visitantes, superando la cifra de 55.300.000 visitantes. Hablamos de visitantes, tal como se ha hecho históricamente en las estadísticas de este país, en las que siempre se han incluido los visitantes, y después hay una diferenciación, que los estudiosos conocen perfectamente, entre lo que son visitantes y turistas; pero no se pueden desprestigiar ahora estas cifras que han sido las que se han utilizado históricamente en este país a nivel de estadística.

En segundo lugar, y más importante que lo primero, es que ha habido un crecimiento muy importante de ingresos por turismo, un 6,6 por ciento, llegando a los 2 billones 123.200 millones de pesetas en 1992.

No pretendemos con ello ser, desde nuestro Grupo, triunfalistas respecto a la situación del turismo en España. Existen graves problamas estructurales todavía en el sector, que se afrontan, yo creo que adecuadamente, en el marco del plan de competitividad del turismo español, elaborado por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y avalado, por qué no decirlo, por una resolución del Pleno de la Cámara de este Parlamento en la que se daban las líneas básicas para elaborar este plan, que yo creo que se han cumplido en gran parte si no en su totalidad.

Es evidente que para considerar las cifras de 1992 tenemos que considerar también los eventos extraordinarios que ha habido a lo largo de este año y, sin lugar a dudas, muy especialmente, tanto la Exposición Universal de Sevilla como los Juegos Olímpicos de Barcelona y, en menor medida, quizá, la Capitalidad Cultural de Madrid 1992. Pero ello no resta importancia a los datos estadísticos que se dan en el año 1992, en un contexto de baja en la economía internacional, es decir, de nuestros mercados turísticos principales.

La preocupación del Grupo Parlamentario Socialista se centra en las perspectivas de futuro para el sector turístico y, muy especialmente, en aquellos instrumentos que, desde las administraciones públicas, y en este caso desde el Estado, pueden ayudar a modernizar el sector y que están plasmadas, entiende el Grupo Socialista, en el Plan Futurex, en el plan de competitividad del turismo español.

En una situación de crisis de los mercados emisores, el Grupo Parlamentario Socialista entiende que es difícil esperar, a nivel general, grandes crecimientos, tanto en número de visitantes como en número de ingresos. Es por ello que hay que afrontar el futuro o hay que actuar ya en el presente, para ir cambiando las tendencias del conjunto del sector y afrontar las reformas estructurales que necesita el sector para mantener su competitividad en la actualidad y para ser más competitivo en el futuro, en el momento en que estos mercados económicos cambien su tendencia y lleguen a un período de mayor expansión.

Entendemos que el Plan Futurex, como ya he dicho antes, es el marco adecuado para afrontar estas reformas estructurales del sector y marca las líneas básicas de la reforma del sector, tanto a nivel público como a lo que debería ser la política en el sector privado. Además, lo hace en el marco de un gran acuerdo de política sectorial en el que han participado directamente no tan sólo los grupos parlamentarios representativos que están presentes en esta Cámara, sino también, y quizá esto es más

importante, los propios empresarios y los propios sindicatos representativos del sector. Por tanto, éste es el marco adecuado, entiende el Grupo Socialista, para gestionar lo público en el sector turístico.

Vamos a analizar, a poder ser, una serie de instrumentos de este plan de competitividad para ver si se están desarrollando en el marco en que se preveía ya en la propia resolución del Congreso de los Diputados.

En primer lugar, el plan de promoción de turismo para 1993. Me parece, si no he oído mal, que ha dicho el señor Ministro que, por primera vez, se había elaborado un plan de promoción con el acuerdo de las comunidades autónomas y del sector privado. A nuestro Grupo le gustaría conocer si esto es así, si hay este acuerdo básico y cuáles son los instrumentos básicos del plan para la promoción. En segundo lugar, nos gustaría saber cómo se está produciendo la diversificación de los productos turísticos y muy especialmente de aquellos productos interregionales que aportan, además de diversificación de la oferta, lo que yo entendería como una nueva oferta especialmente relacionada con la naturaleza y con todo lo que hace referencia a la ecología y del cual podrían ser ejemplos bastante claros tanto el Camino de Santiago como La Ruta de la Plata. Nos gustaría saber qué actuaciones se han hecho en estos temas desde la Administración pública y, quizá más importante, cómo está reaccionando el sector privado ante estas iniciativas del sector público, ver si está participando en el desarrollo económico que suponen esos nuevos productos.

En el tema de formación, que suele ser objeto de numerosas vaguedades por parte de algún Grupo de la oposición, por lo que nos ha dicho el señor Ministro hemos deducido que existe un programa de becas para especialización, tanto en «marketing» como en gestión de empresas. Nos gustaría conocer también si se está pensando en cambiar el plan de estudios de técnicos en empresas turísticas, en la Escuela Nacional de Turismo; si existen previsiones de colaboración con las universidades, a efectos de investigar en sistemas de gestión e información turística, y si hay en estos momentos instrumentos de formación continuada de los trabajadores y planes para la formación profesional del sector. Entendemos que es importante aclarar todos esos temas que son desconocidos por la opinión pública y que son objeto de críticas a veces poco razonadas y sin especificar.

También queremos conocer cómo está funcionando el plan de excelencia turística y muy especialmente cómo funciona en relación con acciones del entorno turístico, es decir, relacionado con acciones en el medio ambiente. Ello sin entrar, evidentemente, en lo que es competencia de otro Ministerio, que es la previsión del plan de inversiones en costas, en donde básicamente –lo digo porque hemos tenido conocimiento en esta Comisión– se plantea todo un plan de inversiones en costas, en donde el elemento básico es dotar de calidad a numerosos destinos turísticos, al entender que éstos tienen su soporte básico en la costa y en las playas. Este plan, evidentemente, es muy importante, aunque no sea una competencia directa de su Ministerio, y asimismo es importante cómo se pueden relacionar los planes sobre excelencia turística y las inversiones previstas en este plan de mejora de la costa española.

También nos interesaría conocer cómo se ha innovado en las oficinas exteriores de turismo. Usted ha hecho referencia a que hay que dotar de información a los empresarios turísticos, mediante estudios que se produzcan en estos mercados emisores y con un seguimiento de la evolución de la demanda. Querríamos conocer también el grado de implicación de las empresas privadas dentro de esta gran innovación, diría, de las oficinas exteriores de turismo y cómo va todo ello a beneficiar la promoción del sector turístico.

A nivel de promoción, me gustaría resaltar una cosa, porque creo que se están planteando de una manera absolutamente banal y superficial lo que son las inversiones en promoción turística. Cuando se habla de inversiones en promoción turística, éstas no se pueden limitar a la Administración del Estado, que de ninguna manera es la que más invierte, ni siquiera la que tiene todas las competencias sobre la promoción. Existen las empresas privadas, que en cualquier otro sector son las únicas que hacen promoción de sus productos, y que son las que deben contribuir en mayor medida a esa promoción de sus propios productos. Pero es que, además, existe promoción desde los municipios, desde las diputaciones y desde las propias comunidades autónomas, de manera muy importante, y creo que la virtualidad del plan del que estamos hablando es aunar los esfuerzos económicos que se están realizando en el sector con el dinero de los contribuyentes y dotarlos de una mayor rentabilidad.

También quiero expresar una preocupación. Conocemos que existe un crecimiento todavía de la oferta turística española en el año 1992, y la preocupación viene determinada básicamente por dos razones. En primer lugar, porque el segmento en que se crece más sigue siendo el del sol y playa y, en segundo lugar, se crece sin que desaparezca aquella oferta más obosoleta –sin generalizar, porque siempre hay alguna excepción– en la magnitud suficiente para que no se produzca un desequilibrio importante entre la oferta en ese segmento concreto y la demanda que hay hoy en los distintos mercados. Esto nos lleva a preocuparnos, porque creemos que es un elemento de desestabilización del propio sector.

Quiero hacer una referencia a algo que se ha dicho por parte de algún Grupo Parlamentario, y es que efectivamente en las islas Baleares, en Ibiza y Mallorca, el año pasado existieron algunos establecimientos que no abrieron al público, aunque de ninguna manera en el porcentaje que aquí se ha dicho y con diferencias sustanciales en ambas islas, porque en la isla de Mallorca muchos de los establecimientos que no abrieron al público estaban sometidos a una revisión de los propios establecimientos y a una modernización de estas empresas, y en la isla de Ibiza, en general, pertenecían, por lo que conozco, a cadenas que aprovechaban mejor sus recursos y, por tanto, no abrían algunos de sus establecimientos, aunque parece ser que este año no va a ser así; por tanto, esta preocupación no es la más importante para nuestro Grupo.

Para concluir, pedir que desde el Ministerio, con las competencias que tiene, se tenga una especial sensibilidad con todo lo que sea el medio ambiente, los nuevos gustos hacia los que ha evolucionado el mercado turístico, en la seguridad de que fuera de este plan no existen alternativas, existen vaguedades; no existen propuestas que sean innovadoras, ni que vengan a sustituir para nada el plan de competitividad del turismo español que ha presentado su Ministerio. Alegrarme de que algunos grupos la única objeción que ponen a este plan es en el tema de las competencias, sin menospreciar, sino más bien, según he entendido, todo lo contrario, los instrumentos que el propio plan desarrolla y que, por tanto, entiendo que se siguen manteniendo como básicos para el futuro del sector.

Nada más. Simplemente animarle a que aplique el plan en todo aquello que le sea posible, dentro de las escasas competencias que su Ministerio tiene en materia turística.

El señor **PRESIDENTE:** Para responder a las cuestiones planteadas por los distintos grupos parlamentarios, el señor Ministro de Industria tiene la palabra.

El señor **MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO** (Aranzadi Martínez): Señor Presidente, en primer lugar, quisiera agradecer el tono utilizado por los distintos portavoces, ya que ha supuesto diferentes gamas de cortesía crítica, como ha señalado el portavoz de Convergència i Unió, señor Sedó, en algunos casos con más énfasis en la crítica y en otros casos con más énfasis en la cortesía; pero, en todo caso, presidido en todas las intervenciones por una clara voluntad de analizar aquellos aspectos que consideran positivos, negativos o insuficientes en el plan de mejora de la competitividad del sector turístico y que, por tanto, son también útiles, incluso en los aspectos críticos, a la política que está desarrollando mi departamento en el ámbito turístico.

En lo que se refiere a lo que se ha planteado como una crítica, el suministro de información, no tengo ningún inconveniente en que la próxima vez, antes de una comparecencia, se les suministre información más detallada. Al menos en lo que se refiere a los datos, reconozco que es un poco pesado oírlos directamente, y dado que se está terminando ya la memoria de aplicación del plan de mejora de la competitividad del sector turístico, Futurex, y dado que todos los portavoces han señalado esta exigencia, se les enviará a los distintos portavoces de los diferentes grupos parlamentarios.

En cuanto a alguna crítica que se ha hecho sobre una pretendida utilización triunfalista de las cifras, desde luego no ha sido ésa mi pretensión. De hecho, han visto ustedes que incluso el tono de mi intervención ha sido más bien monocorde, no he puesto ningún énfasis especial en ninguna cifra que pudiese justificar la consideración de triunfalista de los datos aportados. Es cierto que no lo he mencionado en esta comparecencia, pero sí lo he hecho en otras, y de hecho es lo que justificó la presentación de este plan, además, por supuesto, de la iniciativa de esta Cámara pidiendo al Gobierno que se presentase un plan de competitividad del sector turístico. Pero si se adoptó esta iniciativa y el Gobierno ha impulsado en colaboración con las comunidades autónomas un plan de mejora de la competitividad del sector turístico, es precisamente porque se reconoce que existen -por todos, no sólo por la Administración central, sino por las administraciones autonómicas y por esta Cámara- importantes insuficiencias estructurales en una parte de nuestra oferta turística.

Por tanto, lo que he hecho ha sido describir un año 1992 que, sin duda alguna, ha tenido diferente incidencia en lo que se refiere a la demanda en distintas zonas turísticas. Está claro que, desde el punto de vista agregado y global, hay que considerar que ha sido un año favorable. Se han aumentado el número de visitantes, los ingresos y, además, el gasto «per cápita» del visitante, variable que es la más importante desde el punto de vista de la política turística, aumentándose el empleo turístico en una cuantía importante, en un 10 por ciento, en 1992. No desconocemos -vuelvo a repetir- las insuficiencias estructurales que siguen existiendo en una parte de nuestra oferta turística y que, de hecho, es lo que justifica el plan. Si estuviésemos viviendo en el mejor de los mundos, no veo qué necesidad existiría de que las administraciones públicas apoyasen o promocionasen un programa de mejora de la competitividad del sector turístico.

Si mi intervención ha dado esa sensación, desde luego, no era ésa mi voluntad. Me he limitado a exponer unos datos que ponen de manifiesto que el año 1992 ha sido un buen año turístico desde el punto de vista del número de visitantes, de los ingresos, del gasto «per cápita» y también creo -me refiero a lo que ha dicho el portavoz del Grupo Popular, señor Aguirre- que desde el punto de vista de la estructura de los visitantes.

Su señoría ha señalado, por ejemplo, a los visitantes que provienen de Portugal. Son magníficos turistas, exactamente igual que los que vienen de otros países europeos. Además, he señalado antes el crecimiento tan importante que han registrado las visitas de los ciudadanos de Estados Unidos y de Japón, que, como ustedes saben, suponen un gasto por visitante significativamente más alto que la media.

Desde el punto de vista estructural, también en 1992 se ha resgistrado una mejora en la estructura de la demanda. También se ha registrado -y con esto contesto al planteamiento que han realizado tanto el Diputado señor Armet como el Diputado señor Castellano con relación a la mejora de la calidad y a la diversificación- un crecimiento significativo de un producto turístico que no es el de SOL Y PLAYA, sino el cultural. Bien es cierto, hay que reconocerlo, que 1992 ha sido un año claramente singular en cuanto que el turismo de ciudad, por razones obvias, ha experimentado un impulso notable. Evidentemente, siendo Madrid la Capital Cultural y Sevilla donde se localizó la Expo, es lógico que ciudades como esta última hayan registrado un crecimiento del turismo de ciudad mucho más alto de lo que lógicamente se puede considerar normal. Los Juegos Olímpicos han tenido una

incidencia más concentrada en el tiempo y, por tanto, difícilmente se puede considerar que ha tenido una incidencia excepcional en el conjunto del año.

Creo que sí empieza a manifestarse una tendencia hacia una diversificación de la demanda turística, que, como prevé el plan «Futurex», se pretende promover no solamente para dar solidez y consistencia a nuestra oferta turística, desarrollando, por un lado, una mejora de la competitividad de nuestro turismo tradicional y, por otro, una mayor diversificación de nuestros productos turísticos que tienen efecto no solamente en el desarrollo de nuevas ofertas, además de la oferta complementaria del producto turístico tradicional, sino que también tienen un efecto regional, en la medida en la que aumentan la promoción turística de áreas y de comunidades autónomas menos tradicionales desde el punto de vista turístico, pero, en primer lugar, están desarrollando un esfuerzo notable de promoción y, en segundo lugar, recibiendo ya sus primeros frutos.

El señor Armet decía que no he comentado cuáles son los resultados del plan. He hecho una descripción precisamente a través de cada una de las líneas que se han ido desarrollando, tanto en las de cooperación institucional, ya sea interna con las comunidades autónomas, con los municipios, ya sea externa con la Comunidad Económica Europea, con la Organización Mundial del Turismo. He señalado igualmente las iniciativas que se han adoptado en el Plan de modernización del sector turístico. Por cierto, 1.700 millones de aportaciones no se refieren evidentemente a todo el presupuesto que existe de política turística, sino, exclusivamente, en el ámbito del plan «Futurex» a las iniciativas de modernización del sector turístico; es decir, aquellos apoyos a la calidad, innovación, formación, etcétera.

Por cierto, señor Sedó, la Comunidad Autónoma que ha recibido más fondos de los asignados en el plan «Futurex», a pesar de las protestas, los recursos y diversas iniciativas que ha adoptado la Generalitat, ha sido la Comunidad Autónoma catalana. La pela es la pela. Lo digo con todo cariño. **(Risas.)**

El señor **SEDO I MARSAL:** No nos quejábamos de eso, señor Ministro; era del proceso, no de la cantidad.

El señor **MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO** (Aranzadi Martínez): Quiero dejar claro que el señor Aguirre también ha pedido una regionalización. No quiero aburrir a SS. SS. dándoles cada uno de los datos. Les puedo enviar los relativos a las aportaciones por cada comunidad autónoma, aunque simplemente les diré que, como es obvio, reflejan en gran medida la importancia que tienen las distintas comunidades autónomas en el peso de la oferta turística. Además, existe una parte significativa de proyectos supracomunitarios, es decir, proyectos que afectan a un conjunto de comunidades autónomas. En todo caso, la desagregación regional sobre las aportaciones del Plan de modernización del sector turístico se la enviaré inmediatamente a los señores diputados.

Varios diputados se han referido a que es necesario seguir actuando firmemente para mejorar la competitividad del producto tradicional español y continuar con la diversificación de nuestro producto turístico. Eso está claro, pero precisamente, señor Bueno, las iniciativas que se pretenden adoptar en el plan «Futurex» no tienen nada de coyunturales, son todas estructurales. Se puede considerar coyuntural la política de promoción exterior del sector turístico, pero en la medida en que es una promoción que se realiza de forma sistemática, año tras año, eso ya no es coyuntural, es estructural. En la política de «marketing» ocurre lo mismo.

De hecho –y antes lo he señalado de pasada–, el cambio de orientación de la política de «marketing» exterior refleja también esa nueva orientación de la política turística. En la medida en la que se ha utilizado una divisa, una referencia y los elementos a los que se ajusta esta política de «marketing» en el exterior, son cada vez más un tipo de acciones de «marketing» y de promoción que pretenden, no sólo insitir machaconamente en lo que ha sido nuestro producto tradicional, aunque debe seguir promocionándose, sino igualmente crear una imagen en el exterior que aproveche los extraordinarios efectos de imagen y de «marketing» que se han generado con los acontecimientos del 92, mostrando una imagen de España no reducida exclusivamente a oferta de SOL Y PLAYA. Esto es obvio en algunos mercados alejados, como son el japonés y el de los Estados Unidos. Sería absurdo realizar un «marketing» en Japón o en los Estados Unidos centrados en el producto SOL Y PLAYA.

No cabe duda de que, en concreto, en estos dos mercados, cuantitativamente poco importantes si se compara con los 55 millones de turistas, pero cualitativamente importantes porque su gasto unitario es muy alto, sin duda alguna los acontecimientos de 1992 han supuesto, por decirlo de alguna manera, un «marketing» y una promoción gratis de efectos absolutamente incalculables en concreto en estos dos mercados, en el mercado japonés y en el de los Estados Unidos.

Es lógico que la política de promoción también pretenda aprovechar este efecto de una imagen de España más diversificada para promover un turismo distinto del turismo tradicional, aunque manteniendo también, sobre todo en lo que son nuestros mercados emisores básicos, que son los europeos, la promoción de nuestro producto tradicional.

También se ha señalado, aunque en esto ha habido divergencias, que las previsiones que había realizado sobre el año 1993 eran, en algún caso excesivamente optimistas y, en otros, excesivamente pesimistas. En primer lugar, señorías, las previsiones no tienen nada de profecías. Las previsiones, como todas las que se realizan de evolución de la demanda sectorial, son anticipaciones teñidas de un altísimo grado de incertidumbre y responden a cálculos realizados en función de la evolución de la renta prevista en nuestros principales mercados de emisión y a la evolución de la relación de precios prevista entre los principales mercados de emisión y España.

No se tomen las previsiones como una profecía, por-

que son estimaciones razonables que llevan a considerar que, a pesar de la evolución de la renta prevista en los principales mercados emisores, asociada evidentemente a un crecimiento lento dada la evolución del crecimiento de los PIB en estos países, teniendo en cuenta cómo está evolucionando el mercado en esta primera parte del año y cómo parecen evolucionar las impresiones cualitativas de los «tour-operadores», que son quienes en estos momentos dan una cierta información no claramente cuantificada, parece razonable suponer que en 1993, aun teniendo en cuenta la singularidad de 1992, puede registrar un crecimiento en el número de visitantes y en el número de ingresos. Este es el mensaje que quisiera que SS. SS. se llevasen. Si va a ser un crecimiento del uno o dos por ciento, señorías, vuelvo a decir que esto, como cualquier previsión, es una campana de Gauss. Consideren que es una previsión que en estos momentos es la más razonable, pero que puede variar, no solamente en función de las variables macroeconómicas que condicionan esta demanda, sino en función de los comportamientos, con sus correspondientes ALEA, de los posibles turistas.

Lo que sí es un dato es la evolución de enero y febrero, que ha representado un crecimiento del número de visitantes del 5,3 por ciento. Evidentemente, este número de visitantes, teniendo en cuenta que es un turismo invernal, ¿dónde está concentrado fundamentalmente? En Baleares y Canarias, sobre todo en Canarias. Esto refleja un crecimiento que se ajusta a la expectativa que el Diputado señor Mardones describía en su Comunidad Autónoma, en Canarias, una perspectiva optimista. Efectivamente, en estos momentos, no solamente por lo que se refiere a estos dos primeros meses, sino por la impresión general de los agentes del sector, en las dos áreas insulares la perspectiva turística para 1993 es positiva.

Hay otras áreas que están registrando ya desde el año pasado evoluciones de la demanda menos significativas en cuanto a su crecimiento, áreas que están localizadas, por ejemplo, en la Comunidad Autónoma andaluza, en la Costa del Sol, y también en algunas zonas de la Costa Brava. Sin embargo, también en la Comunidad Autónoma andaluza, hay otras áreas que han registrado un crecimiento altísimo, como es el caso de Cádiz y Huelva. Por tanto, sí es cierto que la evolución de un crecimiento agregado importante de la demanda en 1992 refleja evoluciones diferentes en las distintas áreas y zonas turísticas españolas. En aquellas zonas de más larga tradición turística, que también tienen una parte de la oferta más obsoleta, es necesario actuar en el sentido, no sólo de potenciar la competitividad de aquel segmento que, adecuadamente modernizado, puede ser competitivo, sino que igualmente es necesario actuar en el sentido de eliminar lo que es una oferta tradicional obsoleta, en muchos casos superamortizada por parte de los agentes económicos responsables de los correspondientes activos.

En este sentido, hay que tener en cuenta lo que es efectivamente la distribución de competencias. Hay una parte de eliminación de esta oferta obsoleta que debe estar asociada a una labor de inspección por parte de quien tiene las competencias de la inspección, que son las comunidades autónomas. No trato de escabullir la responsabilidad, lo que pasa es que el propio señor Sedó ha dejado clara cuál es la distribución de competencias. Por cierto, señor Sedó, cuando se presentó el Plan de competitividad del sector turístico ya puse de manifiesto, no solamente en esta Cámara, sino en la reunión con los consejeros de las comunidades autónomas, que para que un plan de mejora de la competitividad del sector turístico fuese operativo tenía que hacer primar la cooperación por encima de interpretaciones excesivamente literales de lo que son las competencias de cada uno. El Diputado señor Costa ha señalado claramente este punto. ¿Por qué? Porque la aplicación estricta de lo que es la distribución de competencias llevaría a que la competencia de la Administración central es sólo y exclusivamente la promoción exterior, y la promoción interior del sector turístico es sólo y en exclusiva de las comunidades autónomas. Aparentemente, eso impediría la cooperación entre administraciones públicas. Por cierto, debo recordarle que la Generalitat ha recurrido la orden ministerial que establece la política de promoción exterior turística. Señorías, en cuanto a distribución de competencias, si algo está claro en la Constitución y en la sentencia del Tribunal Constitucional es que la promoción exterior es competencia exclusiva de la Administración central. Pretendemos que incluso en el ámbito de la política de promoción exterior las iniciativas se adopten de forma cooperativa.

Me parece que varios de los portavoces han preguntado cómo se está llevando a cabo este Plan anual de promoción exterior. Lo hemos elaborado en contacto con un número importante de empresarios y se ha enviado a las comunidades autónomas para que hagan sus sugerencias y se integren en ese Plan. Hasta este momento todavía no se han recibido las contestaciones de las comunidades autónomas, pero estamos abiertos a que la política de promoción exterior, aunque es competencia exclusiva de la Administración central, se desarrolle de forma coordinada.

No pretendemos hacer una aplicación estricta y literal de lo que son las competencias. Pretendemos que se desarrolle de forma cooperativa. Este fue el espíritu con el que la totalidad de las comunidades autónomas aprobaron el plan «Futurex» con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Lo que se pretendía era que se primasen las necesidades del sector sobre una especie de pugilato de competencias que haría enormemente difícil el desarrollo de esa política de cooperación. Señoría, le rogaría que, en la medida en que su Grupo tiene influencia en la Generalitat catalana, impulsase también, dentro de ese tono cortésmente crítico, la voluntad de cooperación con la Administración central, tanto en el ámbito de las iniciativas que se desarrollan en el exterior, como de las iniciativas que se desarrollan en el interior. No estamos poniendo ninguna traba -al contrario- para que se desarrollen estas iniciativas de forma cooperativa, a pesar, señoría -vuelvo a repetirle-, de que la política de promoción exterior es competencia de la Administración central. Creo que no tiene ningún sentido, a la hora de

desarrollar una estrategia que se ha querido pactada, que esta Cámara ha querido que fuese pactada, entrar en discusiones que lo único que hacen es impedir una buena operatividad de este Plan. Esto no es voluntad de nadie y, hasta ahora, las reuniones que se han venido realizando con las comunidades autónomas han estado presididas por una voluntad de cooperación, en ningún caso de enfrentamiento, y estoy seguro de que esto seguirá siendo así en el futuro, incluso a través de determinadas reservas que puedan existir en la Generalitat catalana en el ámbito de las posibles competencias.

En lo referente a la colaboraión entre las administraciones públicas, he de decir que la Comisión interministerial se creará en las próximas semanas. En cuanto a que yo no me había referido a ello, creo, señor Armet, que sí lo he hecho. Su señoría decía que no había señalado nada en relación con la coopefación con el Ministerio de Obras Públicas. Sí lo he hecho, y después ha sido puesto de manifiesto por el Diputado señor Costa que hay una iniciativa del Ministerio de Obras Públicas y Transportes de enorme importancia para el sector turístico español, que es el Plan de Costas. En concreto, por lo que se refiere al primer ejemplo de aplicación del plan de excelencia turística, del plan «Futurex», que es el que se ha llevado a cabo con el municipio de Calviá, se ha realizado simultáneamente un doble convenio, por una parte con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para impulsar este tipo de iniciativas de cooperación con los ayuntamientos, y, por otra, la firma de un convenio con el Ministerio de Obras Públicas y Transportes para el desarrollo de iniciativas de mejora de la costa.

He de señalar también que estos planes de excelencia turística corresponsabilizan no solamente a los tres niveles de las administraciones públicas (central, autonómica y municipal), sino a los propios empresarios del sector que actúa (en este caso Calviá, que operó, por decirlo así, como municipio piloto), que se comprometieron a mejorar los estándares de calidad y a poder ser, de alguna manera, inspeccionados para controlar que existen estas mejoras en la calidad. De igual manera, en los distintos municipios a los que me he referido en mi primera intervención y que serán objeto de tratamiento de planes de excelencia turística en 1993, el criterio que se seguirá se mantendrá con las mismas características.

El Diputado señor Castellano hablaba de las medidas para evitar el deterioro y decía que está claro que el grado de satisfacción bajaba claramente en el ámbito de los precios. Hay un elemento que ha mejorado las posibilidades de competitividad del sector turístico de cara a 1993, que es la devaluación de la peseta. No solamente se ha producido la devaluación de la peseta en relación con las monedas europeas, sino también en cuanto al yen, que se ha apreciado. Para un turista japonés los precios han bajado un 30 por ciento, lo cual significa un atractivo notable para la captación del turismo de un área cuantitativamente pequeña, pero cualitativamente muy importante y de gasto unitario muy alto. Desde el punto de vista de los precios, evidentemente, la devaluación va a tener un efecto no solamente real, sino de expectativas enormemente importante. Esto no quiere decir que no deba seguirse actuando en el ámbito de la moderación de precios en el sector turístico y en otros sectores. Antes he señalado un crecimiento alto de los precios, por ejemplo, en lo que se refiere al sector hotelero, pero muy moderado en cuanto a la oferta realizada en paquetes comercializados por «tour-operadores». Lógicamente, todo el conjunto de ofertas debería modificar sus precios en el sentido de que se mantuviese un crecimiento moderado de los mismos, porque quizás el peor escenario de todos es tener una imagen de precios altos y una realidad de precios y de márgenes bajos.

En el año 1992 se dio en algunas ocasiones: se ha mantenido una imagen de precios altos en determinadas áreas cuando al mismo tiempo, bien sea por los descuentos que se realizaban, o bien sea por los precios bajos mantenidos por los «tour-operadores» en algunos paquetes, estaban comercializándose márgenes bajos. Es evidente que hay que modificar la imagen de precios altos que dieron algunas zonas en 1992, que en este sentido se está actuando también en la política de promoción turística y a esto contribuye, sin duda, el efecto positivo que va a tener en estas expectativas la devaluación de la peseta del año pasado.

El Diputado señor Castellano se ha referido también a las iniciativas de la oferta extrahotelera y que era necesario establecer un mayor control. En este sentido, en lo que corresponde a la Administración central hemos actuado tratando de pedir información a distintos ayuntamientos donde nuestra oferta es importante, para trasladárselos al Ministerio de Hacienda. Ahora bien, la actuación más importante en este ámbito –y el propio Diputado señor Castellano lo ha señalado así– debe ser de quien tiene las tareas de inspección, que son las comunidades autónomas. Sin duda alguna, es una cuestión importante que, a través de la colaboración de las distintas administraciones, debe abordarse de forma eficaz.

Por otro lado, en la intervención del señor Aguirre, se han señalado algunas cuestiones –creo que ya le he contestado– en cuanto a que por debajo de unas cifras que aparentaban ser positivas seguían existiendo insuficiencias. Estoy de acuerdo con ello, aunque no lo estoy con algunos de los diagnósticos que ha señalado, como que la estructura de la demanda haya empeorado. Creo que la estructura de la demanda mejoró –y me remito a lo que antes me he referido– en 1992. Su señoría señalaba que ha habido una parte de la temporada alta que no fue excesivamente bien. Es cierto, sobre todo en los meses de junio y julio. Ahora bien, hay que tener en cuenta que, luego, los meses de agosto, septiembre y octubre compensaron con creces esa evolución, dando lugar a una evolución global positiva.

Vuelvo a señalar, también para contestar al señor Aguirre, que la evolución no ha sido homogénea en las distintas áreas turísticas de España y que esto sugiere que sea importante un tratamiento diferencial, teniendo en cuenta las diferencias y las problemáticas específicas de cada área. Obviamente, en su calificación del plan «Futurex»

no puedo estar de acuerdo, como es lógico. Señala S. S. el presupuesto asignado.

A todos nos gustaría que el presupuesto fuese más algo, no solamente en la promoción del sector turístico, sino en la promoción de cualquier otra iniciativa empresarial de este país, pero, como sabe S. S., existen unas limitaciones en lo que se refiere a la evolución del gasto público y del déficit público y es necesario realizar una asignación en función del conjunto de las prioridades de gasto que se establecen en el presupuesto. Aun así, el plan «Futurex», en su instrumentación, implica un aumento significativo del gasto respecto al presupuesto que tenía la promoción del turismo, considerada globalmente en presupuestos anteriores.

Con respecto a determinadas iniciativas, S. S. pregunta por qué hay que esperar a lo que diga la Comunidad Económica Europea respecto a la ley de multipropiedad. Ya he señalado que me parece un principio elemental de prudencia, siempre que la Comunidad Económica Europea vaya a sacar esta directiva a corto plazo. Ya he señalado también en mi primera intervención que si tuviésemos constancia de que la Comunidad Económica Europea no la va a sacar por falta de acuerdo entre sus países miembros –ya que hay dos o tres países que no quieren que se apruebe esta directiva–, entonces la presentaríamos. Pero si existe una razonable previsión de que la Comunidad Económica Europea puede aprobar una ley sobre multipropiedad en breve plazo, me parece, señoría, que la estrategia más prudente es esperar a que la Comunidad Económica Europea la apruebe, tratar de influir en la Comunidad para que esta directiva se adecue a lo que son los planteamientos españoles, y luego transcribirla a la legislación española. Con respecto a otras cuestiones que ha planteado, tales como la oferta sumergida, creo que también las he contestado.

¿Cómo afectará la liberalización del tráfico aéreo al sector turístico? En primer lugar, hay que considerar que el tráfico aéreo en España estaba ampliamente liberalizado. Un tráfico aéreo en el cual más del 80 por ciento de la oferta ha sido tradicionalmente tráfico charter, quiere decir que estaba básicamente liberalizado. En ese sentido, somos, sin duda, el país europeo con un tráfico aéreo más liberalizado con gran diferencia sobre el siguiente, entre otras cosas por esta razón: porque una parte extraordinariamente importante estaba liberalizada, independientemente de las iniciativas que se hayan adoptado en el ámbito comunitario para liberalizar lo que son tráficos regulares.

Con relación a cuestiones de tipo laboral, como las ordenanzas laborales, la postura del Ministerio sigue siendo la misma. Estas iniciativas deben abordarse a través de la negociación entre los agentes sociales. Debo señalar, como ha dicho el Diputado Costa, que el plan «Futurex» ha sido un plan realizado previa negociación no solamente con las administraciones públicas autonómicas, sino también con los representantes empresariales y sindicales; y que su instrumentación está siendo objeto de contacto permanente con los interlocutores sociales, empresarios y representantes de los trabajadores. Prácticamente con periodicidad trimestral, la Secretaría General de Turismo se reúne con los sindicatos y con los representantes empresariales con el fin de hacer un seguimiento de las distintas iniciativas abordadas en este Plan.

En lo que se refiere a la distribución de competencias que ha planteado el señor Sedó, vuelvo a repetir, señoría, que lo más importante para el buen funcionamiento de la política turística y para cubrir las necesidades de nuestro sector turístico es que primen la voluntad de cooperación y no la voluntad de los excesivos tiquismiquis a la hora de interpretar la política de competencias, ya que sería extraordinariamente difícil llevar a cabo una correcta política tal como esta Cámara manifestó que debería realizarse en el ámbito de la política turística.

Con relación a los planteamientos realizados por el Grupo Mixto, en concreto por el señor Bueno, ya he señalado que lo que el Plan de mejora de la competitividad del sector turístico prevé no son medidas coyunturales, sino justamente lo contrario, medidas de carácter estructural, tanto en las líneas de modernización, como en las líneas de promoción, como en el apoyo a la innovación, el apoyo a la calidad, el apoyo a la formación; todo esto son iniciativas de carácter claramente estructural y no tienen nada que ver con la coyuntura.

Respecto a su sugerencia sobre política de reestructuración, ya he señalado que una parte significativa de la oferta turística, sobre todo aquella que tiene más años en nuestro país, es una oferta turística obsoleta y, por tanto, debería desaparecer del mercado. Esto sería enormemente positivo para el conjunto de la estrategia no solamente de mejora de los márgenes en el conjunto de la oferta turística y de mejora de los ingresos exteriores, sino también desde el punto de vista de la política de imagen turística exterior. Es lo que, no voy a repetirme nuevamente, pretende precisamente el plan «Futurex».

El Diputado, señor Mardones, preguntaba por el plan anual de promoción, que está elaborado y discutido con un número importante de empresas, en torno a treinta grupos empresariales, y se ha remitido a las comunidades autónomas para que hagan las observaciones que consideren oportunas y colaboren con esta iniciativa de promoción exterior. Vuelvo a señalar que la voluntad de la Administración central es ofrecer a todas las comunidades autónomas una actuación de colaboración no solamente en el ámbito del turismo interior, sino también en la promoción exterior. Creemos que el mecanismo más eficaz, independientemente de la distribución de competencias de actuación en el exterior, es que exista la marca España acompañada de submarcas que son las submarcas de cada una de las comunidades autónomas y de cada una de las áreas turísticas españolas. Y esta estrategia, que ya en su momento cuando se aprobó el plan «Futurex» expliqué a los responsables de la política turística de las distintas comunidades autónomas, es la política que debe desarrollarse. La promoción exterior de una marca, ESPAÑA, con submarcas correspondientes a las distintas comunidades autónomas y áreas turísticas. Igualmente, usted hablaba de que la política marquista se está desa-

rrollando. En concreto, se han mantenido contactos con 25 grupos empresariales para incorporar, en esta política de promoción exterior, una política marquista que progresivamente vaya estableciendo una diferenciación en lo que son determinados productos turísticos dentro de lo que sería el rótulo general de la promoción de ESPAÑA que favoreciese también, desde el punto de vista de la promoción exterior, esta mayor diversificación.

En lo que se refiere al impacto del Decreto-ley, señoría, he de decir que afecta exactamente igual a las empresas. Las medidas fiscales y financieras, tanto las fiscales como las que van en la línea de financiación establecida para la pequeña y mediana empresa afectan también al sector turístico. Ya se está trabajando entre la Secretaría General de Turismo y el ICO en la forma de instrumentar la línea de financiación específica establecida en las medidas del Decreto-ley, con el objetivo de encontrar un mecanismo práctico de acceso de las empresas turísticas a esta financiación.

El Diputado señor Costa ha formulado diversas preguntas en relación con distintas iniciativas que se están llevando a cabo en el ámbito del plan FUTUREX. De las que no he contestado debería señalar, por ejemplo, entre las iniciativas de diversificación los convenios que se han desarrollado para promover productos que no son tradicionales en nuestra oferta turística. Me he referido a la promoción de áreas geográficas y de productos que corresponden a comunidades autónomas no tradicionales desde el punto de vista turístico, como son la Ruta de la Plata, la España Verde o el Camino de Santiago, que afectan a todo el área del norte de España, de la cornisa cantábrica, y a todo el área que podríamos denominar de comunidades autónomas del oeste de España, menos tradicionales desde el punto de vista de la política turística.

En lo que se refiere a la formación y a la implicación cada vez mayor de las universidades en la política turística, debo señalar que ya se ha iniciado la colaboración con dos universidades, una catalana y otra canaria, en el ámbito de la política de integración de los esfuerzos turísticos con la universidad.

Respecto al Plan de excelencia turística creo que ya he señalado algunos datos.

Respecto a la información –me he referido a esta cuestión en mi intervención inicial– estamos tratando de impulsar una mayor potenciación de lo que es la información que ya existía en las oficinas turísticas, en lo que se refiere a mercados turísticos emisores, para trasladarlo con la máxima rapidez a los agentes económicos españoles, que son básicamente los empresarios. Esto se ha realizado por primera vez al comienzo del año y se va a realizar de forma periódica en los siguientes meses.

Nada más, señorías. Muchas gracias por sus intervenciones.

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

Como saben sus señorías, no hay un turno de réplica; solamente hay un turno de observaciones muy breve por parte de los señores Diputados que lo quieran utilizar.

El señor Armet tiene la palabra. Le ruego que sea breve.

El señor **ARMET COMA:** Señor Presidente, voy a ser muy breve porque los temas tratados son muchos. Quiero destacar una sola cuestión de las que ha dicho el señor Ministro, que la Comisión interministerial de turismo todavía no se ha constituido. Me parece especialmente grave cuando la política de turismo se caracteriza precisamente porque afecta a la globalidad de la política de un Gobierno. En consecuencia, mal podemos tener una buena política turística ejercida desde una Secretaría de Turismo si no existe una voluntad colectiva expresada a través de un algo tan sencillo como que el Gobierno ponga en marcha aquellos mecanismos que sólo exigen ponerse de acuerdo. Una cosa es que existan dificultades entre el Gobierno y las comunidades autónomas, entre el Gobierno y los empresarios, pero lo que me deja perplejo es que lo que en teoría debería ser más fácil, la creación de la Comisión interministerial, sea precisamente lo que está más atrasado. Me gustaría saber por qué se ha producido esto.

El señor **PRESIDENTE:** El señor Castellano tiene la palabra.

El señor **CASTELLANO CARDALLIAGUET:** Señor Presidente, intervengo para una simple aclaración porque, no teniendo a la vista el DIARIO DE SESIONES, a lo mejor me he equivocado en la percepción de la frase, pero al oír que el ingente esfuerzo de la Expo de Sevilla había sido una publicidad muy gratuita para el turismo me he quedado en alguna medida sorprendido.

El señor **PRESIDENTE:** El señor Aguirre tiene la palabra.

El señor **AGUIRRE RODRIGUEZ:** Mi Grupo sigue considerando que la promoción del turismo español que se practica es absolutamente raquítica desde el punto de vista presupuestario; que sigue usted dando muchas señales de desorientación en lo que se refiere a la formación para el sector turístico; que se siguen constatando esos déficit en los servicios, y todo ello viene a componer la frase suya de que existen insuficiencias estructurales. Menos mal que al menos por una vez reconoce usted que detrás de esas cifras hay grandes insuficiencias estructurales en el sector turístico. En su intervención no ha hecho ninguna mención –y me gustaría no abandonar esta sesión sin escuchar alguna puntualización al respecto– a la política fiscal y su incidencia en el sector turístico que, a nuestro entender, está sustrayendo infinidad de competitividad al sector, muy principalmente en todo lo relativo al transporte, al alojamiento –se lo reitero– y a la restauración.

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

El señor **SEDO I MARSAL:** Intervengo sólo para dos matizaciones. La primera, la pela es la pela, como usted me decía, señor Ministro. Cuando yo me he referido a este tema he citado el importe global que yo conozco de los créditos. He citado lo que representaban para el año 1992 los 1.800 millones. Me parece una cantidad suficiente iniciando el tema en aquellos momentos. Reconozco que Cataluña tiene del orden del 20 por ciento, pero nosotros no hemos criticado en ningún momento la cantidad e incluso está recurrido el procedimiento, como antes he explicado con la comparación a nivel de carreteras. En todo caso, nos gustaría poner carteles que dijesen: «Con la colaboración de la Secretaría General de Turismo» o «Con los fondos de la Secretaría General de Turismo».

La segunda matización se refiere a lo que ha dicho el señor Costa sobre las escasas competencias que se tienen desde la Administración central, desde la Secretaría General de Turismo. En el diálogo que se ha establecido en un momento usted ha hablado dos veces de la voluntad de cooperación y en la segunda de los tiquismiquis. Yo quisiera que desapareciesen. Estoy de acuerdo con usted cuando dice que rogaría coordinación en la promoción exterior y el recurso. Yo no conozco en detalle este recurso, otros sí. Señor Ministro, a mí me preocupa más respecto a este tema la voluntad de cooperación que ha manifestado usted la primera vez que ha hablado de ello. Ha dicho que la voluntad de cooperación tenía que estar por encima de expresiones literales. Yo quisiera que me matizase o aclarase lo que quiere decir, porque si tengo que entender que las expresiones literales son lo que pueda decir la Constitución, el Estatuto de Cataluña, etcétera, o la traducción concreta de lo que son las competencias dimanantes de estos documentos básicos, entonces yo no puedo estar de acuerdo con ello.

El señor **PRESIDENTE:** Tiene la palabra el señor Pérez Bueno.

El señor **PEREZ BUENO:** Yo no desconozco, señor Ministro, la existencia del Plan marco. Lo que ocurre es que el Plan marco es una definición en un papel y lo que yo sostengo y mantengo es que hay una debilidad instrumental de las estrategias y que hay una necesidad perentoria de acciones urgentes. Voy a poner un ejemplo muy concreto. La inmediata puesta en marcha de un plan de saneamiento del litoral es algo fundamental, porque el producto turístico abarca muchas facetas y está en deterioro. Esto es lo que le vengo diciendo. Si usted este verano va a la playa, a la Costa del Sol, se va a encontrar las mismas condiciones: dificultades de acceso, dificultades de transporte, deficiencias sanitarias y malas condiciones higiénicas.

Por todo ello creo, señor Ministro -y termino ya-, que sería conveniente que usted en una comparecencia evaluara exactamente cuál es el grado de cumplimiento del Plan marco, si tiene un mayor o menor grado de realización. Es decir, dar una evaluación del grado de cumplimiento del Plan para que tengamos clara conciencia de cuál es la situación.

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

El señor **MARDONES SEVILLA:** Señor Ministro, como usted no ha hecho referencia alguna a mi cuestión sobre el grado de comportamiento institucional de la Conferencia sectorial de turismo y como ha respondido que ha enviado a las comunicades autónomas el Programa anual de promoción turística, debo entender que se está haciendo fuera del posible marco que podría tener la Conferencia sectorial de turismo, dado que incluso se había hablado ya de actividades de promoción que yo no sé si se están realizando porque ha citado muchas veces Turespaña. Tengo la impresión de que se está utilizando el instrumento de Turespaña para suplir deficiencias institucionales como la carencia de determinadas comisiones o de esta Conferencia sectorial de turismo. Se habló de la creación de entidades de apoyo turístico como clubes de empresas, pero eso ha quedado diluido. Usted tiene una experiencia ahora, pues el señor Panizo ha estado recientemente en Canarias, concretamente en Tenerife. Y hablando de medidas de apoyo al empleo, se ha hecho una reconversión del personal sobrante de una empresa tabaquera, mediante un convenio, para que trabajen en un hotel. El señor Panizo ha estado allí viendo la situación en este momento de unos obreros procedentes de una fábrica de tabacos que, por transformación profesional, no sé si tendrán o no acomodo en el sector turístico. Pasar de hacer cigarrillos a atender turistas es una cosa bastante complicada. Pongo este ejemplo para demostrar cómo tiene que haber alguna coordinación en un marco institucional con las comunidades autónomas.

El señor **PRESIDENTE:** El señor Costa tiene la palabra, también brevemente.

El señor **COSTA COSTA:** Seré breve, señor Presidente. Simplemente quería reafirmar nuestra postura de que para incidir en el sector turístico lo que se requiere es un nivel de diálogo y cooperación, que creemos que es el que se está llevando a cabo por parte de la Administración del Estado y que tiene que ser compartido por otras administraciones y sobre todo por los sectores privados. La mayor contribución que algún grupo ha hecho a la política turística de Estado, a través del único papel escrito que conocemos, tal como se manifiesta, debe ser poner un canon de uso de playas, es decir, buscar una privatización de las playas, tal como viene en el programa electoral del Partido Popular hecho público recientemente. Suponemos que con esto lo que pretenden es dotar de mayores fondos a la política de promoción turística. Esta es la única medida eficaz que vemos de política fiscal en los programas de otros partidos. No hay ninguna alternativa a lo que se está proponiendo desde el Estado en materia de política turística, y simplemente con una serie de vaguedades se intenta desdibujar lo que es el trazo de una

política brillantemente plasmada en el Plan de competitividad y ejecutada con un gran realismo por parte de la Administración del Estado.

El señor **PRESIDENTE:** Tiene la palabra el señor Ministro para responder a las cuestiones planteadas.

El señor **MINISTRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO** (Aranzadi Martínez): Señorías, respecto a la intervención del señor Armet le diré que, si quiere usted una explicación, la magnífica relación que existe entre los distintos departamentos ministeriales ha permitido actuar de una forma claramente operativa sin que se plasme la urgencia de la creación de la Comisión interministerial. La prueba son las distintas iniciativas conjuntas que se han adoptado. No obstante, la Comisión interministerial se aprobará, como digo, en las próximas semanas.

Respecto a la incomprensión que ha manifestado el Diputado señor Castellano, obviamente no he pretendido decir que los Juegos Olímpicos y la Expo no han costado dinero; es obvio. Cuando he dicho que es promoción o marketing gratuito es en tanto que iniciativa de marketing exterior. Por tanto, dicho en términos de los economistas, serían externalidades positivas derivadas de gastos realizados en la Expo, Juegos Olímpicos, etcétera, y, por tanto, beneficios obtenidos fuera de lo que es el marco del objetivo estricto de la realización de la Expo, de los Juegos Olímpicos y de la capitalidad cultural de Madrid. Esto se puede constatar simplemente visitando otros países. Recientemente he estado en Japón presentando un plan de promoción de España, y es claro que los acontecimientos de 1992 han tenido un impacto extraordinario allí, entre otras cosas por el hecho de la presencia que en los medios de comunicación japoneses ha supuesto este tipo de iniciativas. Por tanto, creo que es necesario aprovechar también desde el punto de vista turístico este impacto extraordinariamente positivo.

El señor Aguirre señalaba que he reconocido que hay insuficiencias estructurales. Señoría, lo vengo reconociendo siempre. Precisamente el plan FUTUREX, como he señalado, se planteaba porque pretende actuar también sobre algunas de estas insuficiencias estructurales. Antes he señalado que si todo fuese perfecto sería completamente abusurdo que la Administración actuase, que dedicásemos ni la cantidad que aparece en los presupuestos ni la cantidad que a S. S. le gustaría. A todos nos gustaría que este presupuesto fuera mucho más alto. Por tanto, existen insuficiencias y existe necesidad de apoyar determinadas estrategias de mejora de la competitividad del sector turístico. Yo me he remitido, como digo, estrictamente a las cifras que describen una situación en 1993, y vuelvo a repetir que no es homogénea en las distintas áreas o zonas turísticas.

En lo que se refiere a la política fiscal, señoría, sabe usted que hay una parte de estas medidas, las que afectan al IVA, que dependen de un proceso de armonización fiscal comunitaria. Hay otras que tienen períodos transitorios establecidos para su aplicación y que tendrán un final cuando se prevé en estos períodos transitorios. Y hay otras, como por ejemplo la modificación del IVA al transporte aéreo en aquellos segmentos donde el transporte transita por aguas internacionales, que han tenido efecto positivo en lo que se refiere al impacto fiscal sobre una variable decisiva en el sector turístico.

Con relación al planteamiento que ha hecho el señor Sedó, señoría, evidentemente no he querido decir eso. No voy a decir que nos saltemos la Constitución y los estatutos de autonomía. Puede usted suponer que no se me iba a ocurrir tamaña barbaridad. La interpretación correcta de lo que yo quiero decir, cuando se habla de una aplicación literal, es lo de los tiquismiquis. Es decir, que aun manteniendo, como es obvio, el respeto exquisito a la Constitución y a los estatutos de autonomía, lo que creo es que hay no digo ya tener una voluntad de cooperación, sino tratar de ser operativos en este tipo de iniciativas.

En lo que se refiere al planteamiento que ha hecho el señor Pérez Bueno, debo decirle que precisamente el ejemplo que él ha puesto se está llevando a cabo en muchas localidades. La mejora de las iniciativas de correcciones y de depuración de aguas se está llevando a cabo, por ejemplo, en La Manga del Mar Menor y en otra serie de localidades y se está avanzando decisivamente. Por tanto, el único ejemplo que ha señalado es otro de los campos donde se está actuando a través de la colaboración de las distintas administraciones.

En cuanto a lo que ha expuesto el señor Mardones, la Conferencia sectorial se ha reunido ya tres veces. Debo decirle que precisamente en la propia reunión de la Conferencia sectorial lo que acordamos fue que las iniciativas prácticas no tuviesen que esperar a que nos reuniésemos los 17 consejeros y yo. Hay un segundo nivel que actúa de forma más rápida, más continua y más operativa, presidido por el Secretario General de Turismo y los directores generales de las comunidades autónomas, que mantienen un contacto continuo; la Conferencia sectorial se ha reunido un número importante de veces.

Por lo que se refiere a los planes de promoción, lógicamente Turespaña sigue siendo el instrumento de actuación privilegiado de la promoción exterior, pero antes he señalado que nuestra voluntad es que esta promoción exterior se realice de forma cada vez más coordinada, y así lo estamos haciendo, con las empresas y las comunidades autónomas. Todo ello estará subordinado a la tarea general de supervisión de la Conferencia sectorial, pero no podemos convertir la Conferencia sectorial en un instrumento operativo de actuación; sería imposible estar reuniéndonos los consejeros y yo mismo todos los meses para hacer un seguimiento más detallado de la política turística.

El señor **PRESIDENTE:** Muchas gracias, señor Ministro, por su intervención y por la información que ha suministrado. Muchas gracias, señores Diputados.

Se levanta la sesión.

Eran las dos y veinte minutos de la tarde.

Imprime RIVADENEYRA, S. A. - MADRID
Cuesta de San Vicente, 28 y 36
Teléfono 547-23-00.-28008 Madrid
Depósito legal: M. 12.580 - 1961