



BALANCE DEL TRABAJO DE IU

EN LA CONSEJERIA DE TURISMO Y COMERCIO

Cuando asumimos la responsabilidad de gobernar la Consejería de Turismo y Comercio éramos plenamente conscientes del momento y de la responsabilidad que contraíamos. Por primera vez en la historia de Andalucía unos sectores estratégicos de la importancia del Turismo y del Comercio iban a ser gestionados por Izquierda Unida. Se trata de sectores que, juntos, suponen cerca del 26% del PIB de la Comunidad y que acumulan cerca de 900.000 ocupados/as en nuestra tierra. Sabíamos que íbamos a ser mirados con lupa y que para superar con éxito las exigencias debíamos demostrar que gobernar estos sectores económicos estratégicos desde la izquierda exigía en primer lugar demostrar que la Izquierda SABIA GOBERNAR, es decir , que gestionaba eficazmente los recursos públicos, que lo hacía con solvencia y que obtenía resultados positivos. En segundo lugar, que el hecho de gobernar Izquierda Unida significaba GOBERNAMOS DE OTRA MANERA, es decir que cuando la izquierda gobierna lo hace desde la participación, desde el diálogo permanente y desde la transparencia absoluta; en tercer lugar QUE GOBERNAMOS CON OTRAS POLITICAS, o sea con políticas de izquierda, que beneficien a la mayoría social y mejoren las condiciones de vida de las personas desde las premisas básicas de justicia y equidad. Hacer un balance de estos dos años y medio de gobierno significa por nuestra parte reflexionar acerca de si hemos superado los objetivos anteriormente descritos. Responderemos a esta tanto en lo referente a Turismo como a Comercio.



A.- SABER GOBERNAR. OFRECER RESULTADOS POSITIVOS COMO CONSECUENCIA DE LA ACCION DEL GOBIERNO

Asumimos la gestión turística de Andalucía en un contexto presupuestario asfixiante, con unos recursos que apenas representaban el 30% de los que se disponía apenas hace tres años y con unas necesidades en materia de promoción evidentes. Además no hay que olvidar que el turismo es una actividad económica que depende directamente de la capacidad de gasto del turista, de su renta familiar disponible. Del total de turistas que Andalucía recibe, aproximadamente el 55% son españoles; este datos, en el contexto económico nacional, con las políticas impuestas por el PP, con la creciente devaluación salarial, con el paro insostenible, con las dificultades de millones de familia para simplemente llegar a final de mes, etc. dibujaba un horizonte turístico para Andalucía muy complicado. En la situación de profunda depresión económica, de paro, de desahucios, de recortes salariales, de trabajo precario.....¿cómo iba a funcionar el turismo en Andalucía?.

Por otro lado nos encontramos con que el dinero publico se había usado de forma poco responsable, no afinando de forma suficiente la disposición de recursos en función de los resultados a obtener. Por último, cada cual hacia promoción turística por su cuenta, se duplicaban o triplicaban acciones de promoción sin que ello supusiera en absoluto mejorar los resultados.

También nos encontramos con la existencia de multitud de Iniciativas de Turismo Sostenible, que afectaba a cientos de municipios de Andalucía, que estaban prácticamente empantanadas, con Planes Turísticos sin apenas seguimiento y con una actividad bajo mínimos. La Red de Villas Turísticas de Andalucía ofrecía un paisaje absolutamente desolador, con salarios adeudados de cinco meses a los trabajadores, con deudas millonarias a la hacienda publica, a la seguridad social, a los proveedores, etc.

Ante esta situación nos planteamos en primer lugar afrontar un proceso de racionalización de los recursos públicos disponible de cara a obtener el máximo de resultados. Algunos ejemplos de ello viene reflejado en que reducimos el coste de nuestra presencia en las ferias nacionales e internacionales prácticamente en un 30% sin que ello supusiera disminuir el impacto de la marca Andalucía en estos eventos



Asamblea de Balance – Anexo Consejería Turismo y Comercio

promocionales, mas bien al contrario, mejoramos los resultados; reducimos el coste de las campañas de publicidad mejorando, curiosamente, la imagen proyectada (la última campaña de publicidad, titulada “Tu mejor Tú” ha supuesto un ahorro de más de 1 millón de euros con respecto a la anteriormente existente); coordinamos los esfuerzos de promoción que realizaban todas las administraciones públicas en un solo Plan de Acción (esto era la primera vez que se conseguía en Andalucía). La idea fundamental que perseguíamos era coordinar esfuerzos, priorizar objetivos, optimizar los recursos para multiplicar los resultados.

Los datos vienen a avalar los esfuerzos realizados. Cuando llegamos a la Consejería las pernoctaciones turística totales en Andalucía disminuían un 3% (un poco más que la media del estado) y las pernoctaciones de españoles lo hacían en un 8%. Pues bien, tras el impulso de nuestras políticas, en el 2013 (primer año de gestión), en medio de una impresionante crisis económica y social, conseguimos obtener el mejor verano turístico de nuestra historia, con crecimiento tanto de turistas nacionales como internacionales; es de destacar que en este año, mientras las pernoctaciones de turistas nacionales disminuían casi un 3% en España, en Andalucía subían un 3%. En 2014 (segundo año de gestión) está resultando ser el mejor año turístico de nuestra historia, duplicando prácticamente la media nacional; es decir Andalucía lidera el crecimiento turístico en nuestro país.

Resultados parecidos podemos ofrecer con relación a las Villas Turísticas, en las que estamos en un proceso importante de saneamiento, habiendo normalizado su situación, abonado las nóminas pendientes a los trabajadores, acordado un plan de pagos con hacienda y la seguridad social y lo que es sumamente significativo, aumentando un 40% su facturación, es decir, mejorando notablemente su cuenta de resultados.



B.- GOBERNAR DE OTRA FORMA

Lógicamente, al asumir la labor de Gobierno, además de demostrar nuestra solvencia, debemos demostrar que gobernamos de forma distinta, impulsando otros valores y principios. Varios son los principios que hemos impulsado:

1 .- **Defensa de lo público.** La defensa de todo lo que significa lo público no sólo se reduce a garantizar el funcionamiento de los servicios públicos básicos (educación, sanidad, etc.), evitando su privatización y su desmantelamiento. Defender lo público es también defender el trabajo y la profesionalidad de los empleados públicos. Este objetivo ha estado presente siempre en la labor de la consejería, de tal forma que todas las grandes tareas que hasta la llegada de IU se externalizaban (es decir, se contrataba a empresas externas) se han realizado por los trabajadores de la casa. Todos los planes elaborados por la consejería en estos dos primeros años han sido elaborados por funcionarios y empleados públicos. Es decir hemos acabado con las externalizaciones (solo se contrata fuera aquello que los propios trabajadores no pueden realizar): con ello hemos conseguido en primer lugar ahorrar en torno a dos millones de euros, y en segundo lugar poner en valor a los trabajadores públicos, su experiencia, su sabiduría y su profesionalidad-

2.- Una nueva política en materia de cargos directivos en entes instrumentales

En este sentido podemos destacar el proceso de reordenación de Turismo Andaluz que se ha concretado en la firma de un nuevo Convenio Colectivo (el único que se ha firmado en el sector público andaluz en esta legislatura) que ha supuesto una ordenación salarial mas justa y de funciones más coherente y la conversión de 23 puestos directivos en uno solo.

3.- El dialogo y la participación. Concepto de gobierno abierto.

La elaboración e impulso de nuevas políticas desde la izquierda debe hacerse desde la participación y el dialogo permanente, tanto con los interlocutores sociales organizados como facilitando la participación de todas aquellas personas interesadas. En estos primeros dos años hemos abordado una intensa labor planificadores: Plan



Asamblea de Balance – Anexo Consejería Turismo y Comercio

General de Turismo Sostenible, Plan de Turismo Interior, Plan de calidad Turística, Plan Director de Promoción Turística, Plan Directos de Ferias y Congresos, Plan de Reactivación Comercial de Andalucía, Plan de apoyo a la Artesanía...Todos los planes elaborados lo han sido sobre la base de la participación y de la interlocución permanente con la sociedad. Hemos celebrados más de 20 reuniones presenciales en todas las provincias, hemos creado una pagina Wew exclusiva para facilitar la participación (turismonuevasideas.org).... Habiendo participado más de 5000 personas en todo este proceso.

La planificación participada es una parte del concepto más amplio que es la Democracia participativa, que en definitiva pretende crear hegemonía política y social: como consecuencia una parte importante de los colectivos sociales identifica la labor de Izquierda Unida con sostenibilidad, empleo, modelo comercial tradicional o de proximidad del pequeño comercio, que somos accesibles a cualquier ciudadano o entidad, que somos transparentes, que confrontamos con las políticas de la derecha del gobierno del PP...

4.- **Rendición de cuentas.**

Gobernar desde la izquierda es también estar permanente expuesto a la crítica y rendir periódicamente cuentas de nuestro trabajo. La rendición de cuentas constituye una de las exigencias que la sociedad establece en los nuevos tiempos políticos. Desde la Conserjería hemos impulsado esta faceta de manera contundente a través de dos líneas: presencial, celebrando reuniones abiertas anuales en todas las provincias con todos los representantes del sector , y telemática, utilizando para ello los instrumentos telemáticos a nuestro alcance.

5.- **Transparencia.**

Esta es otra de las exigencias de radicalidad democrática que los nuevos tiempos plantean a la izquierda para ser creíble y conectar con la base social. Transparencia significa tanto dar respuesta a todas las interrogantes que desde la sociedad se plantee como ofrecer instrumentos para que dichas necesidades se satisfagan. En este sentido conviene destacar que la Consejería de Turismo y Comercio cuenta desde hace cuatro meses con la única página de Transparencia existente, en la que se da información



Asamblea de Balance – Anexo Consejería Turismo y Comercio

actualizada de toda la gestión de la Consejería, desde la agenda, hasta el patrimonio de los altos cargos, pasando por todos los contratos y convenios, incluidos los menores, y toda la información institucional.



C.-GOBERNAR CON OTRAS POLÍTICAS.

Esta es la tercera aduana que teníamos que abordar. Nuestra presencia en el gobierno también ha supuesto impulsar políticas diferentes que están suponiendo un cambio sustancial en cuanto a la practica y en los discursos imperantes. Podemos destacar lo siguiente:

1.- **Hemos incorporado la sostenibilidad como criterio a tener en cuenta en la planificación turística.** Hasta nuestra llegada al gobierno el discurso dominante identificaba desarrollo turístico con desarrollo inmobiliario, o lo que es lo mismo se identificaba turismo con especulación urbanística. Nuestras principales aportaciones se centra en eliminar de la planificación turística el contenido especulativo, contribuir a impulsar el Plan de Protección del Litoral (con el objetivo de salvar de la voracidad especulativa zonas del litoral de singular valor ambiental – como p.e. Valdevaqueros), incorporar la sostenibilidad territorial como parte indisoluble de la calidad del destino turístico ... Todo esto lo hemos hecho tanto con políticas horizontales como con instrumentos específicos, como el Plan General de Turismo Sostenible, el Plan de Turismo Interior Sostenible o lo que supondrá el futuro Plan de Ordenación Turística del Litoral.

2.- Desarrollo audaz e innovador de la Ley del Turismo

Cuando en mayo de 2012 asumimos nuestra tarea de gobierno nos encontramos con una Ley de Turismo recién publicada, concretamente el 23 de diciembre de 2011 y, obviamente, sin desarrollo. Consideramos una oportunidad donde otros podrían ver un handicap: tendríamos la oportunidad de desarrollar esa ley, de ordenar la oferta turística desde una óptica de izquierda, dejando la impronta de nuestro ideario en la normativa turística. Conceptos como responsabilidad social de las empresas, criterios medioambientales, sociales, accesibilidad se van a ver reflejados en normas base de la ordenación de la oferta turística como es el Decreto de Establecimientos Hoteleros que estamos elaborando.

Además hemos dado respuesta a nuevas formas de turismo, creamos la figura del Albergue de ciudad, internacionalmente conocido como HOSTEL, tipo de alojamiento



Asamblea de Balance – Anexo Consejería Turismo y Comercio

dirigido a segmentos de mercado de base más social, básicamente gente joven con escasos recursos que busca alojamiento asequible en los centros urbanos, contribuyendo con ello a la regeneración y dinamización de los centros históricos de nuestras ciudades. *Hemos abordado la regulación de la Viviendas de Uso Turístico*, ampliando el concepto que nos imponía la transferencia de competencias de la LAU y apostando por otra nueva forma de alojamiento internacionalmente conocido como B&B, al permitir el alquiler por habitaciones y con desayuno. Con ello perseguimos aflorar una economía sumergida latente y sacar de la ilegalidad la renta complementaria que muchas familias obtienen de alquilar segundas viviendas, que en algunas ocasiones se convierte en su único ingreso.

El trabajo realizado para la consolidación de nuevos segmentos turísticos tales como turismo gastronómico, industrial, astronómico... empuja y evidencia la importancia que damos a la equidad territorial y al desarrollo endógeno de las comarcas de interior de Andalucía, el turismo como excusa para la dinamización de las economías de escala, evitando éxodos rurales y contribuyendo a la pervivencia de poblaciones terriblemente azotadas por esta injusta crisis inventada. Términos como consumo directo, canal corto de distribución, Kilómetro Cero llenan nuestro discurso y empiezan a sonar y tener sentido en una economía globalizada.

El apoyo a Micropymes tanto desde comercio como turismo se ha evidenciado en todas planificaciones estratégicas, así como desde todas las líneas de incentivos. También lo hemos hecho, con muy pocos recursos, poniendo en valor lo local.

La protección de los derechos de las personas turistas ha sido otro de nuestros caballos de batalla, conveniar con las asociaciones de consumidores y usuarios nuestras actuaciones en esta materia tendrá su último paso en el Decreto de la Unidad de Asistencia al Turista, también en fase de elaboración.

En fin, conceptos y principios como Accesibilidad, igualdad de oportunidades para todos/as, Formación y cualificación de los recursos humanos del sector turístico, retribuciones justas, proporcionalidad entre pernoctaciones, flujos turísticos y generación de empleo, son términos que gracias a nuestra labor han llegado a los discursos, a las normas y a las planificaciones para quedarse.



3.- Eliminar la especulación de la planificación turística

Hemos eliminado el concepto especulativo de los campos de golf. Cuando llegamos a la Consejería nos encontramos con mas de 20 proyectos de campos de golf que acumulaban más de 20.000 viviendas. Es decir, se seguía manteniendo el concepto de campo de golf como disfraz de proyectos de base fundamentalmente especulativa. Evidentemente ninguno de estos proyectos ha sido aprobado por la Consejería. Próximamente se va a aprobar un nuevo Decreto de Campos de Golf de Interés Turístico que va a suponer un cambio sustancial de modelo, en el que desaparecerá el concepto de campo de golf asociado a miles de viviendas adosadas.

4.- Defensa del pequeño comercio

Hemos apostado por el pequeño comercio, por el autónomo, por el comercio de proximidad. Esta apuesta decidida de la consejería por este formato comercial ha supuesto una importante confrontación con el PP, con los representantes de las grandes superficies y de los empresarios de Andalucía . Ello tanto a la hora de confrontar con las decisiones impuestas desde el gobierno central (interponiendo dos recursos de inconstitucionalidad contra decretos leyes de liberalización de horarios comerciales) como con los intereses de las grandes multinacionales del sector a la hora de definir las zonas de gran afluencia turística como los días festivos de apertura al año. Esta posición firme de la Consejería nos ha permitido tejer una importante alianza tanto con los sindicatos como con los consumidores y usuarios y los pequeños comerciantes de Andalucía.

5.- Modificación de la ley de comercio interior de Andalucía

Esta apuesta se ha concretado, además, en la modificación de la Ley de Comercio Interior de Andalucía, en el sentido de indicar que las grandes superficies comerciales que quieran instalarse en el futuro en Andalucía lo harán dentro de la trama urbana o, simplemente, no lo harán. Nuestra posición política consistía en establecer una moratoria para la instalación de nuevas grandes superficies en Andalucía, toda vez que ya estamos a la cabeza de España en este tipo de establecimientos comerciales y sus prácticas comerciales perjudican notablemente al comercio tradicional. Sin embargo, la actual directiva de la Unión Europea y la normativa básica del Estado impiden dictar la



Asamblea de Balance – Anexo Consejería Turismo y Comercio

referida moratoria, por lo que hemos optado por utilizar nuestras competencias de ordenación territorial (que, en principio, no nos la pueden recurrir) para impedir que las nuevas grandes superficies que se instalen lo hagan, como hasta ahora venían haciéndolo, en los extrarradios de los núcleos urbanos, con las consecuencias ambientales, territoriales y económicas que ello suponía.

6.— Apoyo a la artesanía y al comercio ambulante

Hemos puesto en valor dos sectores del comercio, que hasta hace poco parecían devaluados por las políticas públicas: el comercio ambulante y la artesanía. La aprobación del decreto que recogía la renovación de la licencia en los mercadillos municipales durante 15 años ha supuesto una conquista histórica del sector, a la vez que se está elaborando por primera vez en la historia un Plan del comercio ambulante, que apoye la viabilidad económica de este importante sector del comercio andaluz. De igual manera el congreso de la artesanía, ligar artesanía y turismo, así como el reconocimiento de lugares y puntos de interés artesanal ha supuesto revalorizar un sector que estaba decepcionado y apático con las políticas anteriores a nuestra llegada a la Consejería. Estas iniciativas están sirviendo también para ampliar nuestro nivel de interlocución y de alianzas con sectores con los que hasta la fecha teníamos una incidencia débil.

7.- Contribuimos a un nuevo modelo productivo

Hemos impulsado, como primer programa piloto en Andalucía, las Oficinas de Integración Comercial, con el objetivo de lograr un acercamiento entre producción, distribución y consumo. Se trata con esta iniciativa de avanzar en lo concreto en la búsqueda de un nuevo modelo productivo y de comercialización en nuestra tierra, que se base en el desarrollo local endógeno y que procure acortar los canales de distribución, favoreciendo la generación de mejores economías de escala y que el valor se quede en el territorio. Pretendemos, por decirlo gráficamente, que el tomate de Los Palacios se consuma preferentemente en Sevilla o los espárragos de Huetor en la zona de Granada, con lo cual no solo reduciríamos los costes ambientales y energéticos que supone el traslado de productos de su lugar de origen al lugar de consumo sino que también favorecemos beneficios para el productor y para el consumidor.



8.- Hemos liderado la respuesta política desde Andalucía

Hemos confrontado con las políticas de derechas del PP, asumiendo el liderazgo en la respuesta social, a pesar de que se trataba de competencias que nos eran ajenas. Así hemos tomando la iniciativa en cuestiones que si bien no forman parte de nuestra área de gobierno, si afectan, aunque sean indirectamente, al turismo o al comercio: Así hemos coordinado la oposición a la Privatización de Aena, al aumento de las tarifas aeroportuarias, hemos impulsado tanto planes de viabilidad de los aeropuertos andaluces como la creación de las mesas provinciales de los aeropuertos con la participación de los agentes económicos y sociales, nos hemos opuesto a la privatización de turespaña, hemos impulsado plataformas unitarias como la recientemente constituida en Granada contra la no renovación de los alquileres de renta antigua o la constituida al inicio de la legislatura contra la liberalización de horarios comerciales y en defensa del modelo comercial tradicional y de proximidad de Andalucía. Es importante resalta que todas estas iniciativas nos ha permitido trabajar conjuntamente con un amplio abanico de organizaciones sindicales, de comerciantes, de consumidores, vecinales es decir nos han permitido hilvanar alianzas sociales en torno a nuestras políticas-

9.- El empleo con derechos en el centro del discurso político

Hemos situado en la centralidad de nuestro discurso el empleo de calidad como elemento identificador de nuestras políticas, y ello a pesar de no contar por competencias sustanciales en materia de empleo. Hemos contribuido a dar visibilidad a la apuesta por el empleo estable y con derechos en el ámbito turístico y comercial. La elaboración del decálogo por el empleo, la inclusión de cláusulas de discriminación positivas en materia de subvenciones o de promoción turística para las empresas que apueste por el empleo estable constituyen elementos sustanciales en esta dirección. Todo ello nos esta permitiendo ganar en credibilidad en sectores de la sociedad más allá de los estrictamente sindicales.