



¿En qué se han gastado los 33,9 millones de euros que ha costado el Plan Territorial de Sostenibilidad Turística?

El Plan Territorial de Sostenibilidad Turística al que hace referencia es la segunda de las 3 convocatorias de los Planes que forman parte de la Estrategia de Sostenibilidad turística del Gobierno de España con fondos Next Generation EU. **Euskadi recibirá un mínimo de 75 millones** en 3 convocatorias hasta 2023, está en proceso la tercera de ellas, pero las 2 primeras convocatorias han inyectado 58 millones en los municipios, comarcas y empresas de Euskadi en materia de turismo.

Se trata de la inversión más importante incluida en el Plan de modernización y competitividad del sector turístico o componente 14 del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, y que está dotado con 3.400 millones de euros para inversiones directas y específicas dirigidas al sector turístico.

La estrategia de Sostenibilidad Turística en destino es la base común sobre la que luego cada Comunidad Autónoma debe crear sus propios planes de sostenibilidad, que busca generar un efecto transformador en los destinos que vaya más allá del desarrollo de actuaciones concretas. Se trata de transformar y modernizar los destinos basándose en 4 ejes primordiales.

- Primero, con actuaciones en el ámbito de la transición verde y sostenible.
- Segundo, con acciones de mejora de la eficiencia energética.
- Tercero, con proyectos encaminados a la transformación digital.
- Y, por último, con actuaciones en el ámbito de la competitividad.

Por tanto, el programa de Planes de Sostenibilidad beneficiará a los destinos y a las empresas que operan en ellos incorporando **de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en**

la gestión de los recursos, infraestructuras y productos turísticos. Igualmente, contribuirá a la llegada de turistas durante todo el año al diversificar la oferta turística, lo que generará oportunidades de empleo y actividad.

El segundo Plan Territorial de Euskadi al que hace referencia la pregunta está dotado de 33,9 millones de euros para 12 proyectos, 10 que fueron los seleccionados por tener la mayor puntuación entre el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo y otros 2 proyectos seleccionados dentro del Plan Nacional de Enogastronomía.

Los proyectos son los siguientes:

1. **Vitoria-Gasteiz, con 2,5 millones**, realiza diferentes actuaciones de movilidad sostenible entre recursos turísticos; la mejora de la conectividad en el Anillo Verde; la implantación de un Sistema de Inteligencia Turística y monitorización de flujos; el desarrollo e implantación de la tarjeta turística o la rehabilitación del Caño Lamiak para el impulso turístico del Casco medieval, entre otras.
2. **Santurtzi, con 2,2 millones**, se basa en un proyecto para la recuperación y transformación sostenible de la línea costera en torno al puerto pesquero y el monte Serantes. Para ello, se realizarán varias acciones de restauración paisajística; el desarrollo de rutas turísticas; la mejora del centro de interpretación del vasco Museo Agurtza; o el desarrollo y gestión de infraestructuras de conectividad y mobiliario urbano.
3. **En Barakaldo se invertirán 2,2 millones** en un proyecto que sitúa al municipio como puerta de entrada a la Ruta del Patrimonio Industrial de la Margen Izquierda. El proyecto incluye inversiones en rehabilitación por ejemplo del edificio de cocheras de la finca Munoa o del CIHMA Luis Choya Almaraz. Asimismo, hay diferentes actuaciones en materia de eficiencia energética, de digitalización del patrimonio industrial, mejoras del entorno urbano, entre otras.
4. **El Geoparque UNESCO de la Costa Vasca cuenta con 5,2 millones** para la rehabilitación sostenible del Convento de Santa Catalina de Mutriku, de Mollaberry y de Algorri. Además, se invertirán en el centro de interpretación del Flysch, la puesta en marcha de georrutas, la digitalización o la mejora de los servicios de movilidad.
5. Otro de los proyectos seleccionados es el de **Vías Verdes de Gipuzkoa con 2,5 millones** para actuaciones que buscan recuperar la funcionalidad ecológica y medioambiental, la iluminación inteligente, herramientas de gestión de flujos, la instalación de señales de

recursos, el desarrollo de productos turísticos o la implantación de medidas de economía circular.

6. El sexto plan incluye los **paisajes mineros de asfaltos naturales y vía verde del Vasco Navarro, promovido por la Diputación Foral de Álava, con 2,1 millones** y que se enfoca en complementar y ampliar la oferta turística de naturaleza de la región. Para ello se centrará en rehabilitar la estación del antiguo ferrocarril Vasco-Navarro; en la restauración medioambiental y paisajística del itinerario de paisajes mineros; en actuaciones de eficiencia energética y autoconsumo y en digitalización en varios elementos.
7. **El Plan de Tolosaldea, dotado de 2 millones de euros**, busca un mejor aprovechamiento del turismo en la comarca, mejorando varios centros de interpretación; creando humedales junto a recorridos para mejorar y divulgar la biodiversidad y con planes de digitalización e inteligencia turística.
8. **El plan de Uribe, con 3,3 millones**, busca la cohesión territorial, mejorando la acogida de visitantes y la comprensión de la comarca. Para ello rehabilita edificios públicos como centros de interpretación, mejora las conexiones urbanas rurales y acomete obras de embellecimiento y acondicionamiento.
9. **El Plan de Añana** busca el desarrollo y conexión de la comarca a través del ecoturismo y turismo rural sostenible. La inversión de **1,1 millones** se destina a diferentes actuaciones de comercialización online, promoción y comunicación digital, iluminación eficiente, embellecimiento y mejora ambiental, entre otras.
10. **El plan de Ordizia, con 2,9 millones**, se centra en mejorar infraestructura de acogida de Ordizia, como puerta de entrada de la comarca, y Oinagu, acceso al parque natural de Aralar. Se trata de poner en valor hitos paisajísticos con criterios de sostenibilidad y aportar comprensión de la comarca con actuaciones en albergues turísticos, rehabilitación de la quesería, mejora energética de Delikatuz, entre otras.
11. Además, **Rioja Alavesa recibe 5,5 millones** del Plan Nacional de Turismo Enogastronómico, con el objetivo de acelerar la transformación de Rioja Alavesa hacia un destino enoturístico referente en sostenibilidad, con una propuesta de valor más pausada, equilibrada y diversa, comprometido con sus pueblos y su historia.
12. Igualmente, **San Sebastián recibe 2,1 millones** para proyectos de enogastronomía que buscan poner en valor su evolución bajo criterios de innovación y sostenibilidad,

apostando por el talento y recursos locales, mediante el desarrollo de iniciativas y proyectos piloto.

Cada vez hay menos comercio local. Las calles que antes estaban llenas de vida y tiendas ahora son todo lonjas vacías. ¿Qué vais a hacer con este problema?

El diagnóstico del comercio que hemos realizado en la Estrategia Merkataritza 2030, nos habla de que el comercio local se está transformando muy rápido pero también muy profundamente. El descenso del número de establecimientos comerciales, que ha sido constante hace ya muchos años, no está siendo acompañado del descenso en el número de personas empleadas en el sector, aunque sí en el cambio del tipo de empleo. Lo que nos habla de que los comercios se están robusteciendo en tamaño y aumentando en el número de empleados. Además, los comercios están sufriendo una hibridación donde a la actividad comercial se unen servicios, además de la implementación de la venta online de manera complementaria a la venta física.

Igualmente, es importante señalar que las normas de Planificación obligan a una reserva de suelo terciario acompañando a la construcción de nueva vivienda, que no siempre responde a la demanda del mismo y lleva aparejada un gran número de lonjas vacías, que no sólo provienen de cierres de establecimientos.

Frente a esto es importante hacer una relectura del urbanismo actual en clave de personas y no de suelo, de las demandas reales de actividad comercial o de servicios que tiene la ciudadanía que habita en un barrio o en un pueblo y fomentar la generación de la oferta que responda realmente a esas demandas.

Para ello es clave conectar esa demanda y esa oferta promoviendo el emprendizaje comercial, hacia nuevos emprendedores, apoyar la inversión y el acompañamiento del momento de puesta en marcha del negocio. Pero también hay que seguir impulsando el robustecimiento de las empresas comerciales y en la transmisión de los negocios ante los cierres que se puedan producir.

En este sentido estamos colaborando, por ejemplo, con el Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz en el proyecto “Centro de empresas abierto del casco histórico” que persigue la recuperación de la actividad de una zona como el Casco Histórico, dinamizando el entorno urbano en que se ubican.

Este proyecto apoya la implantación de empresas comerciales o de servicios relacionados en locales facilitados por el Ayuntamiento y busca entre otros fines:

- Apoyar la superación de la etapa de riesgo inicial de la empresa, asegurando su implantación definitiva en el contexto económico local.
- Facilitar a las personas emprendedoras el apoyo en diversos ámbitos de la gestión, de la tecnología e innovación.
- Reforzar la credibilidad de las empresas.

Este tipo de iniciativas nos arroja conocimiento para su extensión a otras realidades desde la colaboración, y donde la conexión del emprendizaje y del urbanismo local sean las claves para un ajuste de la oferta comercial.

Además, desde el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo lanzamos diferentes iniciativas y ayudas al comercio local. Con todo esto, el Departamento de Turismo, Comercio y Consumo despliega anualmente una serie de programas de ayudas destinados al pequeño comercio. Además, tras la pandemia se han realizado diversas convocatorias extraordinarias que han dado soporte a los subsectores comerciales más afectados por esta crisis sanitaria y por las consecuencias de la invasión de Ucrania.

Entre las ayudas destacan algunas que ya he comentado, como el **plan de ayudas a la modernización de establecimientos comerciales y servicios relacionados con la actividad comercial urbana**. El Plan busca mejorar la situación del comercio a través de la innovación, la mejora de sus instrumentos de gestión, infraestructuras y equipamiento comercial. Se trata de una ayuda que en estos últimos 2 años hemos aumentado desde los **1,35 hasta los 4 millones** de euros, porque es un programa que incide directamente en la mejora de los establecimientos. Igualmente, el **programa de emprendimiento comercial está dotado con 1,9 millones para ayudar a emprendedores**, como Pilar que formula la pregunta.

También tenemos que destacar los fondos europeos que se tramitan a través del departamento, como el **programa de modernización del comercio conocido como Fondo Tecnológico** que en sus dos convocatorias **inyectará 4 millones de euros para la modernización de nuestro comercio** y cuya segunda convocatoria anunciamos la semana pasada.

Por otra parte, la dirección de Comercio del Departamento financia una red **Oficinas Técnicas de Comercio** desde las que de forma gratuita ofrece un servicio de asistencia por personal cualificado y que también pueden ayudar ante cualquier duda sobre los negocios.

Hay que destacar, igualmente, las diversas campañas de **EuskadiBono Denda** que han impulsado el consumo de bienes en el comercio local y que **han inyectado 23 millones en el comercio vasco**.

Y contamos con otras herramientas que, sin ser programas de ayudas directas, que pueden apoyarle en el desarrollo de su negocio. Por ejemplo, a través de los cursos de formación en la escuela vasca del retail. O del programa de digitalización de euscommerce, que promovemos a través de las Cámaras de Comercio.

Los bancos no atienden en ventanilla a gente mayor. Es una vergüenza porque las personas de la tercera edad no se saben manejar con el cajero. ¿Hasta cuándo vais a ignorar a nuestros mayores?

Desde Kontsumobide no tenemos competencias para influir en algunas de las decisiones de los bancos como el cierre de sucursales o la limitación del servicio de caja. Lo que sí podemos hacer y realizamos es la defensa de los derechos de las personas consumidoras y usuarias, con especial hincapié en las personas más vulnerables. De hecho, el nuevo Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias elaborado por el departamento de Turismo, Comercio y Consumo, que ya está finalizando su trámite parlamentario, **refuerza la protección a las personas consumidoras o usuarias vulnerables** y a los colectivos o grupos de personas en situación de inferioridad, subordinación, indefensión o discriminación.

El Estatuto establece que la actuación de los poderes públicos se orientará preferentemente a proteger los derechos de las personas consumidoras y usuarias en diferentes situaciones, una de ellas es **cuando afecten a las personas consumidoras y usuarias vulnerables, lo que se establece a lo largo de gran parte del articulado de la Ley**. Por poner un ejemplo, que además constituye una importante novedad en la Ley, está la **prohibición de venta a domicilio sin cita previa**, que principalmente afecta a personas mayores. Por ello, la regulación de las prácticas comerciales ilícitas hace énfasis en la especial atención a la información en las ofertas comerciales para hacerlas más claras a personas que puedan tener mayores dificultades para comprenderlas.

En este mismo sentido, el Estatuto protege a los colectivos y personas en situación de vulnerabilidad a través del **régimen sancionador**. Este especifica que una infracción leve puede considerarse grave si explota la especial situación de indefensión, y considera, además, agravante de la infracción si tiene afección en personas vulnerables.

Además, **Kontsumobide persigue las prácticas abusivas de las empresas**, también las de la banca, dentro de sus competencias. Un ejemplo de ello y relacionado con el tema de la pregunta, es la sanción impuesta recientemente a Kutxabank por 123.000 euros por la no prestación del servicio de caja, incumpliendo el contrato adquirido con sus clientes.

Es necesario precisar que el servicio de caja es un servicio asociado a la cuenta corriente de los clientes y que consiste en que el banco recibe ingresos y hace pagos en nombre del cliente, en cumplimiento de las órdenes que éste haya formulado. En el propio contrato marco de servicios de pago, **solo se contempla la posibilidad de restringir este servicio a determinadas franjas horarias y días de la semana.**

Por tanto, Kontsumobide vigila y actúa en aquellas materias que vulneran los derechos de las personas consumidoras y en las que es competente, como es el ejemplo indicado, además de seguir velando por los intereses en materia de consumo a través de la regulación, la formación, la inspección y la mediación.

¿Por qué en el acto oficial de toma de posesión de los Consejeros del Gobierno Vasco, y en muchos otros como este de #Topateka, se utiliza sólo la Ikurriña, cuando, no obstante, la Constitución Española, Art. 4.2, establece que debe utilizarse la bandera autonómica junto con la de España?

fco.molina_granaíno

Esta es una pregunta que no entra dentro de las competencias de este Departamento.