

## GRAN CANARIA SE PROMOCIONA CON EL MEJOR CLIMA DEL MUNDO

(Publicado en 14 noviembre, 2012 by [danielgarzonsenior](#))

### [“HOSTELTUR \(07-11-2012\) EL MEJOR CLIMA DEL MUNDO](#)

[El nuevo posicionamiento se basa en el mejor clima del mundo como “elemento diferenciador y único sobre el que construir una propuesta de experiencia vacacional”](#)

El día 5 de los corrientes comenzó en Londres la WTM 2012, una de las más importantes ferias de turismo del globo, la cual tendrá una duración hasta el día 8 de noviembre.

Gran Canaria, como no podía ni debía ser de otra manera, ha asistido a la mentada feria pero esta vez lo ha hecho en el pabellón de **TURESPAÑA** y no en el de **CANARIAS** conjuntamente con las demás Islas. ¿Que la decisión de ir por separado, especialmente de Tenerife, podría ser cuestionable? Es posible, aunque a la vista del más de millón y medio de turistas que recibe Tenerife al año más que Gran Canaria, hay que decir que la decisión es acertada y, además, hay que añadir que se ha tomado demasiado tarde; hace mucho tiempo que Gran Canaria debería haber adoptado una actitud más resoluta en defensa de los intereses de Gran Canaria en materia de turismo porque, a cuenta de dejar hacer a los intereses de Tenerife, tanto en el aspecto de promociones **como en el importantísimo apartado del desarrollo turístico del suelo**, Gran Canaria ha pasado de recibir algo más de turistas que Tenerife en 2000 a que hoy nos superen en llegadas turísticas -peninsulares no contabilizados- en el citado más de millón y medio. Además de este factor de más llegadas que Gran Canaria, Tenerife ha conseguido materializar una oferta de hoteles de alta categoría, precisamente la calidad por la que se ha decantado el mercado desde hace dos décadas, que ronda el 40% más que Gran Canaria, Isla que ha estado sumida en un permanente bloqueo de su crecimiento turístico desde que comenzó la ‘historia’ del PIOT del 1992 (aprobado por el Gobierno canario en 1995) y que tuvo su continuidad bloqueadora en el ‘rosario’ de moratorias a todo lo que fuera mover una piedra en suelo clasificado turístico, moratorias en las que Tenerife, después de haber levantado una extraordinaria planta hotelera de alta categoría, **jugó un papel decisivo y determinante en que se impusieran y se mantuvieran hasta el día de hoy.**

Por tanto, y voy al tema importante de este artículo, es de lo más reconfortante y alentador el poder constatar que **¡por fin!** Gran Canaria se deshace del complejo de utilizar el factor clima como la piedra angular de su promoción y lo incorpora como **ESLOGAN** en sus promociones: **“EL MEJOR CLIMA DEL MUNDO”**. No hay en todo el globo ni un solo destino turístico que tenga a su disposición las certificaciones internacionales pertinentes para poder promocionarse con dicho eslogan sin complejos ni fraude de propaganda engañosa como los tiene Gran Canaria. Que hayamos tardado decenios en

asumirlo como la piedra base en nuestras promociones es imperdonable, pero.....más vale tarde que nunca, congratulémonos que hoy ya sea un hecho. En lo que a promocionar Canarias con el eslogan del “MEJOR CLIMA DEL MUNDO” no es de extrañar que no haya contado nunca con el beneplácito y apoyo de Tenerife porque no debemos olvidar que, si bien ellos tienen un clima parecido al nuestro, no pueden exhibir certificación alguna de organismos internacionales avalando esa situación, por consiguiente es comprensible que no les era propicio para sus intereses el promocionar con un eslogan que tiene su fuerza en Gran Canaria.

Con relación al clima y la salud, dos factores que van juntos en Gran Canaria en lo que a la clientela mayor se refiere, publiqué en el 2007 en el diario digital “elindependientedecanarios.com” una serie de 12 artículos con el titular de “**LA NAVE TURÍSTICA GRANCANARIA: EMBARRANCAMIENTO ANUNCIADO**”.

Dado que su contenido sigue siendo de actualidad puesto que estamos en el inicio de lo que deberíamos haber comenzado a poner en marcha con rotundidad hace más de dos décadas, inserto a continuación el último de los capítulos, el concerniente a la promoción y comercialización de Playa del Inglés. Tal vez algunas de las sugerencias que contiene puedan ser utilizadas en beneficio de Gran Canaria por personas que toman a diario decisiones que afecten de alguna manera a nuestra oferta turística.

Las Palmas de Gran Canaria, 12 de noviembre de 2012.

## **PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA DE PLAYA DEL INGLÉS** (CAPÍTULO XII Y ÚLTIMO)

En este ‘capítulo’, XII y último de mi ‘serial’ “LA NAVE TURÍSTICA GRANCANARIA: EMBARRANCAMIENTO ANUNCIADO”, trataré de forma muy sintetizada la promoción y comercialización turística de Playa del Inglés, tal como la veo para los fines expuestos en el ‘capítulo’ II, “‘HOJA DE RUTA’, CON OBJETIVO A ALCANZAR”, publicado en el “elindependientedecanarias.com” el 13-09-2007 y colgado en mis páginas Web de la misma fecha. **En este planteamiento apostaba por el turismo de salud como salida a la situación de agotamiento en que se encuentra el modelo actual** considerando los activos con que cuenta Playa del Inglés para poder emprender una nueva ruta con posibilidades de éxito, activos entre los que destaca el factor **CLIMA**, inalterable a influencias interesadas o gestores inoperativos y sobre el que tiene que descansar cualquier iniciativa comercial que busque la reactivación del mercado hacia lo positivo de la oferta de la cama extrahotelera en Playa del Inglés, porque, con la excepción del factor CLIMA y la playa, no hay ninguna otra razón material, aparte de las que pudiera haber de tipo humano, que haga a un posible turista decidirse por unas vacaciones en un establecimiento extrahotelero de Playa del Inglés en lugar de en cualquier otro destino turístico competidor de Gran Canaria. Por tanto, dedico sólo unas cuantas líneas a las alrededor de 20.000 CAMAS HOTELERAS existentes en

Playa del Inglés, que no entran precisamente en la línea de la manida obsolescencia en casi su totalidad, las cuales, aunque sí sufren también las consecuencias del abandono casi generalizado que impera en toda la urbanización por parte de las administraciones competentes, no están en una situación de agobio para poder comercializarse por estar la demanda de la cama hotelera en permanente alza y su gestión está, en casi todos los casos, en manos de consejos de administración con posibilidad de toma de decisiones fáciles y rápidas.

**LA CAMA EXTRAHOTELERA** -bungalows y apartamentos- que representan unas 80.000 en Playa del Inglés, se enfrenta a varios problemas de muy difícil solución, siendo los más importantes, a mi criterio, los que voy a enumerar a continuación, aunque cualquiera de ellos puede ocupar el primer lugar, según los casos:

**PRIMERO:** Falta de demanda en el mercado del cliente que le era el habitual, el de poder adquisitivo medio.

**SEGUNDO:** Propiedad atomizada con la consiguiente dificultad en la toma de decisiones a cualquier efecto.

**TERCERO:** Dependencia total del turoperador para su comercialización desde los comienzos de su explotación turística -casi desde hace cuarenta años- con total ausencia de la más mínima organización administrativa de comercialización en muchos casos (sólo la firma de un contrato cada seis meses o cada año), y falta, en casi todos los casos, de un archivo de clientes llevado con rigurosidad y con autorización del cliente para que las mejoras que efectúe el establecimiento le pueda ser comunicado en su domicilio, así como las nuevas posibilidades de reservar directamente.

**CUARTO:** Deterioro del entorno dependiente de las administraciones públicas competentes.

#### **ENFOQUE COMERCIAL POSIBLE CONSIDERANDO LAS CUATRO SITUACIONES NEGATIVAS ENUMERADAS.**

**PRIMERA:** El cliente de poder adquisitivo medio y medio-alto está ya casi perdido para la cama extrahotelera de Playa del Inglés y el cliente de bajo poder adquisitivo, que hoy la ocupa casi en su totalidad, debe ir siendo sustituido paulatinamente por clientela de salud, entre mayores y discapacitados físicos. El ganarse esta clientela requiere, además de acondicionar la urbanización para poder recibirla como se indica a lo largo de este mini 'serial', una promoción específica en esta línea resaltando la BENIGNIDAD DEL CLIMA para todas las personas afectadas de dolencias propias de las personas mayores como pueden ser reuma y artritis en invierno e intolerancia a altas temperaturas en verano, como suele haberlas en otros destinos turísticos del Mediterráneo, por ejemplo, tan problemáticas para no pocos mayores quienes encuentran aquí lo que en ningún otro lugar a cuatro horas de centro Europa pueden tener. (Por lo menos hasta que entre en auge la cercana costa de Marruecos que disfruta de un clima casi como el nuestro). Gran Canaria está legitimada para utilizar el eslogan

de “**EL MEJOR CLIMA DEL MUNDO**” **sin incurrir en publicidad engañosa alguna** porque ostenta este galardón otorgado por la universidad de Syracuse de los EE.UU para Las Palmas de gran Canaria y de la Organización Mundial de la Salud (la OMS) para la costa de Mogán, por tanto debe ser utilizado promocionalmente con suma relevancia, contundencia y repetición en toda nuestra actividad de captación de clientes. El Patronato de Turismo grancanario está llamado a desempeñar un papel decisivo para proyectar a Playa del Inglés como el destino ideal y único en Europa para turismo de salud. Los ocho millones de jubilados que tenemos en España, un país de 44 millones de habitantes, nos puede dar una idea del segmento de clientes potenciales que tenemos al alcance de la mano en la Comunidad Europea.

Como quiera que esta clientela tenderá a pasar aquí estancias superiores a la de una o dos semanas hoy habitual, la oficina de turismo del Yumbo en Playa del Inglés deberá ser habilitada de forma que pueda asumir las funciones de coordinar actividades lúdicas para personas mayores que hagan posible encuentros sociales y posibilidades de bailes en horarios acorde con la edad. También deben organizar encuentros deportivos -basket ball, por ejemplo- entre discapacitados físicos en sillas de rueda con proyección informativa en las revistas especializadas de esta materia en Europa. Una vez estén instalados los ascensores a la playa, y mientras Costa desarrolla las mejoras que tiene en proyecto en dicha playa, deberán habilitarse plataformas en la playa de planchas de policarbonato, u otro plástico duro, desmontables para acomodarse a cualquier circunstancia, de forma que el discapacitado pueda también disfrutar de ella. Estos y cualquier otras iniciativas que se tomen al respecto deben tener una proyección periodística, no para el consumo interno en la prensa insular que pocos clientes puede aportar sino en la prensa o revistas europeas especializadas en estas materias.

**SEGUNDA:** El problema de la atomización de la propiedad de la cama extrahotelera para la toma de decisiones es de difícil solución; la salida tal vez pueda producirse cuando esa propiedad vea una actitud emprendedora por parte de las tres administraciones involucradas con hechos y no sólo buenas intenciones, cosa que podría motivar a esta atomizada propiedad a volver a apostar por el turismo invirtiendo en la puesta al día de su propiedad, cerrándose así la puerta a la ‘residencialización’ que tan negativa puede resultar para Playa del Inglés.

**TERCERA:** Sin salirse precipitadamente del ‘paraguas’ de los turoperadores, los establecimientos turísticos tienen que ir estructurando ya sus propios canales de venta de sus camas aprovechando la inigualable situación positiva y de ventaja que les ofrece el binomio vuelos baratos-reservas directas del cliente vía internet. Este concepto es ya una exigencia del mercado y hay que aceptarlo como tal y con el máximo optimismo, máxime cuando es el único sistema que a medio plaza dará tranquilidad y sosiego al propietario de la cama turística, quien tendrá en sus manos la influencia directa sobre la venta de su producto y ocupará sus camas si las sabe vender bien y se rodea de profesionales para ello. Los complejos con pocas camas tendrán posiblemente que ir a una comercialización unida con otros complejos en la misma situación con el fin de compartir los gastos de esta partida, ineludible en cualquier empresa aunque

inexistente desde siempre en casi todas las actividades extrahoteleras de Playa del Inglés.

**CUARTA:** En lo que al deterioro del entorno se refiere, se puede decir con escaso margen de error que en todo este problema nadie tiene más razones para volcarse en el resurgimiento de la Playa del Inglés que las tres administraciones que tienen que ver con ella porque son ellas las principales culpables de la situación de degradación y deterioro a que ha llegado un destino turístico que por su clima fue el punto de encuentro, especialmente en invierno, de toda Europa y eso hace tiempo que ha pasado a la Historia, aunque manteniéndose el principal activo intocable, el CLIMA, no está dicho que no se pueda volver a recuperar una parte importante de ese pasado. Ahora hacen falta hechos concretos y actuaciones para solucionar los problemas existentes.

Aquí dejo una 'Hoja de Ruta' compuesta de doce mini 'capítulos' que recogen doce críticas y doce soluciones. Ahora corresponde a quienes corresponda -tanto si han tenido algo que ver con la situación de degradación ambiental a que ha llegado Playa del Inglés como si no- el tomar las decisiones oportunas para que vuelva la ilusión y la esperanza a la gente emprendedora en la zona turística sureña. **No olviden que tienen un aliado que no les traicionará: EL CLIMA, EL MEJOR CLIMA DEL MUNDO, AVALADO POR LA UNIVERSIDAD DE SYRACUSA Y LA OMS.**

Las Palmas de Gran Canaria, 15 de noviembre de 2007.

## **GRAN CANARIA, CONDENADA AL OSTRACISMO POR LAS MORATORIAS TURÍSTICAS**

(Publicado en [22 julio, 2012](#) by [danielgarzonsenior](#))

El desarrollo turístico de Gran Canaria ha estado lastrado desde los comienzos de los años noventa -desde el 92 para ser más concreto- por las diferentes y continuadas decisiones administrativas, bien por parte del Cabildo de Gran Canaria como gran protagonista en la redacción del primer Plan Insular de Ordenación del Territorio (PIOT) a partir de 1992, como por parte del Gobierno de Canarias, y también del Parlamento canario, despropósito que comenzó con la suspensión de licencias vía Decretos en el campo del desarrollo turístico en 2001, que tuvo su continuidad en abril del 2003 con la Ley de Directrices, la llamada Moratoria Turística, la cual tuvo a su vez su continuidad en el 2009 con la Ley de Medidas Urgentes, hoy todavía en vigor, que ha sido una clara concatenación a la prohibición del desarrollo turístico, especialmente de hoteles de 4 y 5 estrellas que son en los que está centrada la demanda del mercado turístico desde hace más de dos décadas.

La mentada Ley de Medidas Urgentes, que en principio debía terminar su vigencia en abril de este año de 2012, ha sido prorrogada por seis meses más, hasta diciembre del año en curso, de manera que los bruñidores de la nueva Ley, otra ley que sustituya a la prorrogada a partir del uno de de enero de 2013,

prevén que llevará implícita, según ellos, **la simplificación de todas las trabas que las anteriores dos leyes de moratoria han hecho inviable el desarrollo racional y continuado de nuestra oferta turística, especialmente hotelera.** O sea, que si la meta perseguida es la de quitar las trabas existentes al crecimiento económico impuestas por las dos leyes citadas, ello significa que dichas leyes estaban **muy lejos de facilitar el crecimiento de la economía canaria** y con ello, lógicamente, la creación de riqueza y empleo; no obstante, a pesar del fracaso que significó la Ley de Directrices del 2003, en la ley del 2009, la de Medidas Urgentes, **se repite el mantenimiento de las trabas administrativas a cualquier iniciativa que tenga que ver algo con el suelo,** ‘materia prima’ que en Canarias es casi la única que puede generar crecimiento económico y empleo.

Según el proyecto de la nueva ley, ya aprobado por el Gobierno de Canarias y ahora en su trámite hacia el Parlamento, al inversor potencial que venga a poner su dinero en proyectos en Gran Canaria, especialmente turísticos, también en el resto de las Islas, le queda dicho en esta ley negro sobre blanco **lo que puede hacer, dónde, cómo y cuándo** por lo que no tendrá ninguna duda futura en el curso del desarrollo del proyecto en el que quiera enterrar sus dineros, en el supuesto caso que ese **cómo, dónde y cuándo** encajen en sus expectativas de inversión y negocio, cosa poco probable porque, por lo general, **el cómo, el dónde y el cuándo** es una prerrogativa del inversor que nunca suele dejar en manos de nadie el decidirlo.

En resumidas cuentas, hay artículos en este proyecto de la ley en ciernes que son para llorar porque rizan el rizo a tales extremos que meterse en una inversión turística en Canarias con la garantía de leyes como la que está en el alero, **una más a sumarse a las dos anteriores de intervención pura y dura,** es meterse en un túnel de oscuridad absoluta cuya salida es imposible de vislumbrar.

Y ahora el lector tal vez se pregunte: ¿han sido estas leyes de moratorias al crecimiento turístico de tan nefastas consecuencias para Gran Canaria? La respuesta es, **sin el menor equívoco, sí,** y, como testimonio palpable de ello cito a continuación algunos de los puntos negativos en los que ha tenido especial incidencia:

a) En el año 2000 Gran Canaria superaba a Tenerife en recepción de turismo. Hoy Tenerife, nuestro mayor competidor en el mercado turístico, nos aventaja en **unos dos millones** de turistas al año. Su oferta hotelera de 4 y 5 estrellas, la más demandada en el mercado turístico, **es casi el doble** de la oferta gran Canaria de la misma categoría; de ahí que sea líder canario en el mercado británico, en el mercado peninsular y está a punto de desbancar también a Gran Canaria en el liderazgo del mercado alemán, el cual siempre fue fiel a Gran Canaria con predominio sobre Tenerife desde los inicios de la recepción de turismo de vuelos charters.

b) Los destinos turísticos del Norte de África, Medio Oriente y Turquía, que hace ocho años eran ofertas turísticas **emergentes,** ya no son tan emergentes sino que son destinos **consolidados** que significan una enorme competencia para

Canarias, especialmente para Gran Canaria por su limitada oferta de hoteles de categoría alta, tanto en lo relacionado con la oferta de hoteles de gran categoría y equipamientos deportivos en los propios hoteles como en precios y en servicio.

c) Cuando se promulgó la primera ley de moratoria al crecimiento turístico en abril del 2003, la Ley de Directrices, Canarias tenía una lista de **93.000** personas a la espera de un puesto de trabajo. Hoy, después de una continuada **congelación artificial al crecimiento económico** a través de las sucesivas intervenciones administrativas de moratorias, **todo ello inmersos en la peor crisis económica que ha conocido la Historia europea desde la del 1928**, Canarias alcanza ya la cifra de **360.000** personas (alrededor del **34%** de la población activa) en las listas del paro. Esta espectacular subida del paro no se le puede achacar sólo a la crisis generalizada que vive España ya que dicha crisis comenzó en España en 2009 y para entonces los aumentos del desempleo en Canarias ya habían sido espectaculares desde el 2003, año en que comenzó por ley la congelación del crecimiento económico canario, especialmente grancanario.

Precisamente a cuento de esta nueva ley a aprobar en diciembre por el Parlamento canario, la ya denominada **“Ley de Renovación y Cualificación turística de Canarias”**, el economista y experto en turismo Antonio Garzón Beckmann ha publicado en su página Web un post que ‘desmenuza’ esta futura nueva ley canaria del turismo el cual lleva el titular **“[Doce razones para desestimar el anteproyecto de la 3ª moratoria](#)”**, cuyo contenido es de **rabiosa actualidad** y de **lo más ilustrativo** dado la importancia y repercusión que esta nueva ley tendrá en nuestro crecimiento económico durante años. Doto de enlace a dicho post para su rápido acceso al mismo a quienquiera que el asunto le sea de interés.

Por otra parte, se da la circunstancia que el Parlamento balear acaba de aprobar el pasado martes, día 17 del corriente mes de julio, la **“Ley General turística de las Islas Baleares”**, que, **por la afinidad que tienen los dos archipiélagos en su dependencia económica del sector servicios, el turismo especialmente, y la discontinuidad del territorio dividido en islas**, merece ser **tenida en cuenta** por los próceres canarios que van a tener a su cargo la aprobación en diciembre de la nueva ley turística canaria y, con ello, marcar el desarrollo turístico canario por años con toda la influencia que tiene el sector turístico en el crecimiento económico de Canarias, **centrando esta atención**, especialmente, en lo que se refiere a la recepción de todas las competencias en materia del turismo y del territorio turístico por los Consejos insulares (Cabildos aquí) que permite a éstos el desarrollo de sus respectivas islas según sus necesidades, en el bien entendido que, en lo que se refiere a canarias, en ningún caso vuelva a repetirse que se legisle para todas las islas por igual pues se da la circunstancia que ninguna de ellas tiene las mismas necesidades, especialmente en el campo del crecimiento hotelero de calidad, y, además, debe obviarse en nuestra futura ley canaria del turismo el intervencionismo puro y duro que la ley balear impone sobre el crecimiento turístico hotelero de Baleares.

A este respecto debo resaltar que el Archipiélago balear ya tiene una oferta hotelera de **282.002** camas en **sólo tres islas** (Mallorca, Menorca y

Formentera; datos del 2005) que, tal vez, pudiera justificar un endurecimiento del crecimiento de la oferta de la cama turística, y Canarias, **entre seis islas**, (Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura, La Palma y La Gomera) sólo oferta **208.651** camas hoteleras (datos recientes de “[gobiernodecanarias.org/turismo](http://gobiernodecanarias.org/turismo)”) sin olvidar que, siendo nuestro fuerte la temporada invernal cuando queda ociosa por falta de demanda casi toda la oferta del Mediterráneo, Canarias tiene que cubrir la demanda de casi la totalidad del clásico mercado europeo que de continuo va expandiendo los períodos de vacaciones a lo largo de todo el año.

Las Palmas de Gran Canaria, 22 de julio de 2012.

### ¡BIENVENIDO “MISTER EUROVEGAS”!

(Publicado en [22 julio, 2012](#) by [danielgarzonsenior](#))

Desde que el 1 de enero de 2011 entró en vigor la Ley Antitabaco del Gobierno socialista comenzó también con ella un verdadero calvario de todos los propietarios de establecimientos hosteleros que permitían a su clientela, de acuerdo con la Ley del Tabaco en vigor hasta ese día, el poder fumar en los mismos, bien porque fueran abiertamente para fumadores o bien por haber instalados las pertinentes separaciones físicas que distanciaban en el local a fumadores de los no fumadores. Decir que esta Ley Antitabaco, aún hoy en vigor, fue un mazazo económico para la inmensa mayoría de la hostelería, especialmente bares, restaurantes, salas de fiesta y discotecas es decir muy poco. No fueron pocos los que tuvieron que cerrar por la espantada de la clientela fumadora, que en los caso de bares es casi la mayoría, y tampoco fueron pocos los empleados del gremio que se vieron en la calle, despedidos, por la merma drástica de clientela. Todo ello en plena crisis económica, con una entrada de turistas a España del orden de los cincuenta millones de personas, un porcentaje elevado de ellos fumadores, y con un paro que rondaba ya los cuatro millones y medio de personas sin puesto de trabajo; amén de la agresión descarada y provocadora a la libertad personal del individuo en la elección de sus hábitos personales si dichos hábitos no son el consumo de sustancias al margen de la ley.

Con la llegada del Partido Popular al poder en noviembre del 2011 todos los fumadores y, especialmente el gremio de la hostelería que tan duramente fue castigado por dicha ley, comenzaron a ver luz al final del túnel pues ya el Partido Popular dejó entrever con claridad en su campaña electoral que haría cambios sustanciales en la Ley Antitabaco ([Ver la respuesta de Mariano Rajoy a elpais.com el 10 de noviembre de 2011](#)). No fueron pocos los votos que cosechó el PP sólo por ese anuncio liberalizador de la vida pública del día a día del ciudadano pero, contra lo previsible, no fueron por ese camino las actuaciones del PP una vez tomadas las riendas del poder, en lo que al asunto de la Ley Antitabaco se refiere, pues la señora ministra de Sanidad, la impopular Ana Mato, no sólo no cambió la rigidez de la mentada Ley Antitabaco sino que hizo saber orbi et orbe, precisamente en plena campaña de las elecciones andaluzas, que la Ley Antitabaco socialista se mantendría inalterable, cosa que cayó como un jarro de agua fría en el más crudo de los inviernos sobre la masa fumadora de



España, casi el 50% de la población adulta, y, especialmente, sobre todo el gremio de la hostelería que habían puesto sus esperanzas en el Gobierno del PP para comenzar a levantar cabeza. Si alguien pensó que semejante torpeza y ‘divinidad protectora’ de la salud corpórea del individuo iba a pasar desapercibida al electorado andaluz, especialmente al gremio de la hostelería que es uno de las principales columnas que sostienen la actividad económica de toda Andalucía, especialmente las capitales y las zonas costeras, se equivocó de tomo y lomo. En Andalucía se produjo una ausencia más que significativa de votantes en las urnas del Partido Popular que se sintieron defraudados y engañados y que tuvieron la suficiente influencia en el escrutinio final para que el Partido Popular no obtuviera la mayoría suficiente para gobernar en la Comunidad Andaluza. Como ya comenté en otro de mis artículos sobre el asunto de la Ley Antitabaco, el tabaco fue “la herradura que perdió el caballo que tuvo como consecuencia la pérdida de una batalla que conllevó a la pérdida de la guerra política en Andalucía”.

Como prolongación del asunto del tabaco, viene a cuento un episodio de nuestra historia no muy lejana, el famoso “Plan Marshall”, que significó para la derruida Europa después de la Segunda Guerra Mundial una resoluta aportación económica de los EEUU a su reconstrucción. España, que también había quedado hecha unos zorros al finalizar la Guerra española de “todos contra todos” en 1939 y tenía expectativas de ser incluida en dicho Plan, quedó fuera del programa de reconstrucción de Europa a causa, según cuentan los estudiosos, de las ‘malas amistades’ del General Franco en dicha conflagración. Es decir, el “Mister Marshall” de marras pasó por España camino de Europa sin dejar un sólo dólar con que poder echarse al colete un tintorro con tapa de sardina en barrica.

Hoy, unos cuantos años después de aquel ‘desaire’ norteamericano a la nación más antigua de Europa y precursora de la civilización en su continente de la que hoy tanto se jactan los anglosajones exterminadores de pieles rojas, nos vuelven a anunciar la visita de otro “Mr. Marshall” quien, esta vez, sí está dispuesto a traernos un largo chorro de millones que levantará, en el lugar elegido por el dedo del sabio en inversiones en el arte del juego, una ciudadela de casinos, hoteles, parques de atracciones y todo lo que lleva implícito el mundo de las atracciones y el divertimento. Esto sí puede ser un chollo para aquella tierra de España -el extranjero debe quedar excluido de tan altos fines – que tenga la suerte de ser en ella donde se pose el dedo del sabio que lo ve todo, en lo que a captar dinero del y para los juegos de azar se refiere. Huelga el mencionar que, aparte de la inversión que puede llevar implícito el levantar semejante emporio del juego y distracciones, con la consiguiente creación de puestos de trabajo en su construcción y, más adelante, con la mano de obra que necesitará el hacer lo construido operativo, vendrá acompañada de un reclamo permanente de atracción de dinero en masa a las salas de juego y demás atractivos turísticos.

Pero.....¡aaamigo! con Sanidad hemos topado amigo Sancho, porque como resulta que el negocio del juego implica un estado de mucha tensión para los jugadores que sean, además, fumadores y es totalmente imposible que aquí venga ningún jugador a hacerse millonario en un casino de España si en el

recorrido hasta llegar a los millones se tiene que comer los dedos -porque las uñas ya se supone que se las come en el fragor de la batalla de los dados-; es decir, que Mr. Marshall pasará otra vez de largo y no regará nuestros secos campos con millones si no se levanta la prohibición de fumar en los casinos y en el conjunto de la ‘ciudadela’ que se levante al respecto. Y ahora se puede suscitar la pregunta: ¿Y quién tiene el ‘Ábrete Sésamo’ que nos expedita las puertas de la gruta de los tesoros inagotables del mundo del juego? Sanidad, sólo Sanidad porque, según parece, en el asunto del tabaco es la única que manda porque por algo tiene a su cargo la salud corpórea del paciente españolito. De la salud mental mejor no hablar porque, de momento, está a cargo del Ministerio del Trabajo con una lista de espera de más de cinco millones de pacientes a la espera de asistencia médica.

Humor negro aparte, va siendo hora de que el Gobierno de España se replantee de forma decidida la actual Ley del Tabaco y asuma, a pesar de no haber sido el propulsor de dicha Ley, que ha hecho un daño tremendo a la industria hostelera y hotelera, ha aumentado el paro considerablemente y ha hecho muy infeliz al 50% de los adultos españoles que son fumadores y que, no obstante la ley citada, no han dejado de fumar pues en España se sigue fumando igual que antes de la fatídica Ley Antitabaco. No se puede obviar la importancia que tiene el sector servicios en la economía nacional pues hay regiones turísticas en las que este sector da cobertura económica, directa o indirectamente, al 80% de su población.

A continuación inserto un enlace al artículo que el 27 de junio del año en curso publicó el diario “elpais.com” con relación a la posible instalación en Madrid del grupo “Eurovegas” que es de lo más ilustrativo al respecto de la Ley Antitabaco aún en vigor en España y las consecuencias demolidoras que ya ha tenido y sigue teniendo para la economía de la Nación.

Y para terminar un escueto comentario: **BIENVENIDO “EUROVEGAS” SI CON TU LLEGADA VIENE TAMBIÉN EL LEVANTAMIENTO DE LA PROHIBICIÓN DE FUMAR EN TODA LA HOSTELERÍA ESPAÑOLA.**

2012-06-27 elpais.com [Aguirre afirma que “se cambiará” la ley antitabaco para Eurovegas](#)

2012-06-27 abc.es [EL MINISTERIO DE SANIDAD MANTENDRÁ LA LEY ANTITABACO ANTE LA EXIGENCIA DE EUROVEGA](#)

2011-11-10 ELPAIS.COM -PREGUNTA A MARIANO RAJOY:  
“¿Modificará la ley del tabaco para que se pueda fumar en pequeños establecimientos hosteleros?”, fue la pregunta.

Esta es la respuesta de Rajoy: “A mí me gustaba más la primera ley, porque además se obligó a mucha gente a hacer obras y se gastaron dinero y dijeron habrá una zona para fumadores y otra zona para no fumadores. Yo creo que como todo en la vida las soluciones extremas no son buenas, pero sé que la mayoría de la gente está en contra de esta ley que prohíbe fumar en cualquier sitio incluso que no haya para fumadores. Pero yo creo que podemos arbitrar

## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

