

Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid



Número 428

19 de junio de 2013

IX Legislatura

COMISIÓN DE EMPLEO, TURISMO Y CULTURA

PRESIDENCIA

Ilma. Sra. D.^a María Isabel Redondo Alcaide

Sesión celebrada el miércoles 19 de junio de 2013

ORDEN DEL DÍA

1.- Comparecencias con tramitación acumulada:

C-205/2011 RGEF.2114. Comparecencia de la Ilma. Sra. Directora General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes, al objeto de informar sobre líneas de actuación a desarrollar por su Dirección General durante la presente Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea). (*)

(*) Se entiende dirigida el Ilmo. Sr. Director General de Turismo.

C-70/2013 RGEP.666. Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre grado de cumplimiento de los objetivos planteados en el ámbito de sus competencias para esta Legislatura y previsiones de actuación hasta la finalización de la misma. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).

C-672/2013 RGEP.6329. Comparecencia de la Excm. Sra. Consejera de Empleo, Turismo y Cultura, a petición del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia, al objeto de informar sobre nuevo Plan de Turismo 2013-2015 de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 209 del Reglamento de la Asamblea).

2.- Ruegos y preguntas.

SUMARIO

- Se abre la sesión a las 16 horas y 36 minutos.

Página 23201

Comparecencias con tramitación acumulada:

— **C-205/2011 RGEP.2114.** Comparecencia de la Ilma. Sra. Directora General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes, al objeto de informar sobre líneas de actuación a desarrollar por su Dirección General durante la presente Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea). (*)
(*) Se entiende dirigida el Ilmo. Sr. Director General de Turismo.

Página 23201

— **C-70/2013 RGEP.666.** Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre grado de cumplimiento de los objetivos planteados en el ámbito de sus competencias para esta Legislatura y previsiones de actuación hasta la finalización de la misma. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).

Página 23201

C-672/2013 RGEF.6329. Comparecencia de la Excm. Sra. Consejera de Empleo, Turismo y Cultura, a petición del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia, al objeto de informar sobre nuevo Plan de Turismo 2013-2015 de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 209 del Reglamento de la Asamblea).

Página 23201

- Intervienen el Sr. Fabo Ordóñez, el Sr. Sanz Arranz y la Sra. Moya Nieto, exponiendo los motivos de petición de la comparecencia.

Página 23201-23203

- Exposición del Sr. Director General de Turismo.

Página 23203-23210

- Intervienen, en turno de portavoces, el Sr. Fabo Ordóñez, el Sr. Sanz Arranz, la Sra. Moya Nieto y el Sr. González Jiménez.

Página 23210-23231

- Interviene el Sr. Director General, dando respuesta a los señores portavoces.

Página 23231-23234

— Ruegos y preguntas.

Página 23234

- No hubo ruegos ni preguntas.

Página 23234

- Se levanta la sesión a las 18 horas y 39 minutos.

Página 23234

(Se abre la sesión a las dieciséis horas y treinta y seis minutos.)

La Sra. **PRESIDENTA**: Buenas tardes, señorías. Vamos a dar comienzo a la sesión ordinaria de la Comisión de Empleo, Turismo y Cultura con el orden del día que se fijó en la anterior Mesa y Junta de Portavoces.

Comparecencias con tramitación acumulada:

C-205/2011 RGEF.2114. Comparecencia de la Ilma. Sra. Directora General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes, al objeto de informar sobre líneas de actuación a desarrollar por su Dirección General durante la presente Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).(*)

(*) Se entiende dirigida al Ilmo. Sr. Director General de Turismo.

C-70/2013 RGEF.666. Comparecencia del Ilmo. Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre grado de cumplimiento de los objetivos planteados en el ámbito de sus competencias para esta Legislatura y previsiones de actuación hasta la finalización de la misma. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).

C-672/2013 RGEF.6329. Comparecencia de la Excm. Sra. Consejera de Empleo, Turismo y Cultura, a petición del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia, al objeto de informar sobre nuevo Plan de Turismo 2013-2015 de la Comunidad de Madrid. (Por vía del artículo 209 del Reglamento de la Asamblea).

Para sustanciar dichas iniciativas, contamos con la presencia del Director General de Turismo, don Joaquín Castillo, a quien saludamos. Se ha recibido delegación -como suponíamos- de la señora Consejera, porque saben SS.SS. que una de las comparecencias era para ella, en el Director General de Turismo, razón por la cual las comparecencias podrán ser acumuladas, tal como establecimos en la anterior reunión de Mesa y Portavoces. Por lo tanto, sin más que decir, voy a otorgar un turno de palabra a los Grupos solicitantes simplemente por si quieren añadir algo para sustanciar la iniciativa. Tiene la palabra el señor portavoz de UPyD.

El Sr. **FABO ORDÓÑEZ**: Buenas tardes. Muchas gracias por venir. Simplemente, quiero decir que nosotros el pasado 14 de mayo es cuando supimos, a través de los medios de comunicación, que el Presidente de la Comunidad de Madrid se había reunido con 40 representantes del sector turístico de la Comunidad en

el castillo de Manzanares El Real, para presentar un plan de turismo con el objetivo de dinamizar y fortalecer el turismo regional.

De acuerdo con las informaciones periodísticas que se hicieron eco de aquel acto, se trataba de un plan que contiene 30 medidas para impulsar el turismo como motor económico y de creación de empleo, y el Presidente se refirió a su contenido como un compromiso con el sector turístico plasmado en un documento titulado "Memorando para la promoción turística del destino Madrid". Este documento fue firmado por el propio Presidente, en representación de su Gobierno, y por los representantes de bastantes de las organizaciones del sector -yo siempre me estoy refiriendo a lo que hemos conocido a través de los medios de comunicación-; en concreto, por 34 asociaciones -si la información periodística ha sido exacta- que participaron en el mencionado acto de presentación del plan. También hemos sabido a través de la prensa que al mismo tiempo se producía el rechazo a suscribir el documento por parte de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid, la cual, según hemos visto publicado, criticó la, para ellos, nula actividad que realiza la Comunidad de Madrid en el campo turístico.

Nuestra solicitud de comparecencia, que se ha visto agrupada con otras dos solicitudes que plantean una cuestión todavía más amplia de lo que podría ser el plan turístico, porque se refiere a la totalidad de los planes de la Consejería, responde al lógico interés por conocer de forma detallada el plan presentado, y de ser informados por parte de los responsables de su implementación.

Hemos de señalar que, previamente, la búsqueda de una información más detallada que la reflejada en los medios de comunicación solo nos ha dado como resultado el acceso a la nota de prensa del Gobierno, también de fecha 14 de mayo, y al vídeo del acto de presentación. Por dicha nota de prensa, sabemos que el turismo cultural y de naturaleza, junto con la gastronomía y los vinos, son ejes prioritarios; que se pretende superar los diez millones de turistas en 2013, reactivando para ello en un 2 por ciento el mercado nacional y aumentando en un 5 por ciento los turistas extranjeros para alcanzar los cuatro millones anuales; que se va a intentar atraer turistas de mercados emergentes; que se han pensado nuevas iniciativas turísticas, como rutas del vino, circuitos por castillos y sendas para la observación de aves en espacios naturales, y también, que se ha pensado promocionar la formación profesional dual con empresas del sector. Lógicamente, nuestro deseo no es solo conocer de primera mano cuáles son las medidas que se incluyen en el plan; además, pretendemos conocer las razones que hay detrás de cada una de ellas y, por tanto, cuáles han sido las consideraciones que el Gobierno ha tenido en cuenta en el momento de su elaboración. Igualmente, quisiéramos que nos informase sobre la planificación que se ha trazado para su correcta implementación, incluyendo cómo han sido resueltos los diferentes elementos de dicha planificación; es decir, por ejemplo, la financiación del plan; el calendario previsto de actuaciones; las medidas que se han adoptado para garantizar la coordinación con los otros agentes de la Administración que intervienen en materia turística -esto nos

parece muy importante-, especialmente con el Ayuntamiento de Madrid y con el Ministerio, a través de sus correspondientes organismos de actuación en materia turística, y, finalmente, cómo han sido definidos los objetivos y qué está previsto al objeto de realizar la correspondiente evaluación. Eso es lo que esperamos de su comparecencia, lógicamente, con este interés por conocer y por tener verdaderamente una oportunidad para valorar y evaluar las medidas anunciadas. Muchísimas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias, señor portavoz. Señor Sanz, es su turno.

El Sr. **SANZ ARRANZ**: Muchas gracias, señora Presidenta. Buenas tardes. Bienvenido, señor Director General. Como ven, la petición que hacíamos es bastante antigua, aunque, debido a las pocas iniciativas que presentamos al cabo del curso político, en cuanto a la fecha a lo mejor está un poco retrasada, porque preguntábamos qué se pensaba desarrollar desde la Dirección General en la presente Legislatura, a raíz de que pasó a depender de la actual Consejería. Fundamentalmente nos interesaba eso, y sobre todo, a estas alturas del año turístico, hacer un análisis de qué piensan, cómo se está desarrollando la actividad turística en nuestra Comunidad, tanto de visitantes de fuera del país como de dentro del propio país, y luego, evidentemente, todo lo que tiene que ver industrialmente con el sector turístico en nuestra Comunidad. Le pedimos que destaque un poco la situación en la que nos encontramos. Nada más, en principio.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor portavoz. Señora Moya, es su turno.

La Sra. **MOYA NIETO**: Gracias, señora Presidenta. No vamos a hacer uso de todo el tiempo que en teoría nos correspondería. Creemos que con el enunciado de la comparecencia es suficiente. Responde a que estamos en el ecuador de la Legislatura y, como es habitual en nuestro Grupo Parlamentario, dentro de la labor de control al Gobierno que nos corresponde, queremos ver cuál es el grado de cumplimiento de objetivos planteados por parte del Gobierno y las previsiones que hay respecto al resto de la Legislatura. Ahora escucharemos atentamente las explicaciones del señor Director e intervendremos con posterioridad. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Concluido el turno de los Grupos solicitantes de la comparecencia del señor Director General, le voy a ceder el uso de la palabra, agradeciendo su presencia y advirtiéndole que en la reunión de Mesa y Junta de Portavoces precedente se estableció que se iba a ser generoso en los tiempos; por lo tanto, no será esta Presidencia la que ponga puertas al campo, dentro de unos límites. Tiene la palabra.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Castillo Dolagaray): Muchas gracias, señora Presidenta, y muchas gracias a todos ustedes. Voy a informarles un poco del plan que anunció nuestro Presidente en el castillo de Manzanares. Primero, nos hemos basado en un estudio DAFO, de cuáles creemos que son nuestras fortalezas y debilidades. En lo que se refiere a las fortalezas, la oferta hotelera de calidad probablemente es de las mejores que hay en el mundo, cuya gran mayoría son hoteles de cuatro y cinco

estrellas. Otra gran fortaleza, sin duda ninguna, es la red de comunicación, con Madrid como su eje: ferrocarril de alta velocidad, autopistas, un aeropuerto con capacidad para 70 millones de pasajeros y el "hub" de Iberia como punto de enlace entre Europa y Latinoamérica. Por supuesto, además del AVE, tenemos la red de cercanías de Renfe, que es fantástica, admirada por un grupo de franceses que vino hace poco tiempo, precisamente. Asimismo, contamos con un extenso patrimonio cultural, con 86 museos, tres de ellos de alcance internacional; más de 400 BIC incoados o declarados; una intensa actividad cultural entre festivales, exposiciones y otros espectáculos; 11 espacios naturales protegidos que ocupan más del 13 por ciento de la superficie de la Comunidad de Madrid, con una extensa red de rutas, senderos y otras infraestructuras. Si a eso se le añade nuestra magnífica capacidad como turismo de compras, entre la ley que liberaliza el turismo de compras y nuestra magnífica oferta, sobre todo en la capital, en Madrid, creo que son unas fortalezas dignas de mención.

En lo que se refiere a debilidades, hay una falta de imagen nítida en el exterior del destino que conlleva a un posicionamiento poco claro en el mercado turístico. Esto es algo evidente, en contra de lo que puede suceder en otras ciudades españolas, y el mejor ejemplo es Barcelona. Hay un debilitamiento de la imagen de Madrid como destino turístico por las noticias de huelgas y manifestaciones y eso sí que ha sido una causa de profunda preocupación por parte de todo el sector turístico. No recuerdo el número de manifestaciones, pero han sido más o menos dos al día desde el mes de octubre del año pasado y siempre en lo que se llama la almendra turística. Esto es poner palos en nuestra propia rueda y considero que deben ser conscientes todos ustedes del enorme daño que esto causa a nuestro turismo en Madrid. Estamos concentrando las manifestaciones en Cibeles, Puerta del Sol y Colón, básicamente, y ese es el núcleo de la actividad turística. No me canso de repetirlo -y lo hago también con los representantes sindicales cuando me reúno con ellos, que es con cierta frecuencia-: por favor, seamos sensatos y no pongamos palos en nuestra propia rueda en este departamento. Esto ha causado un descenso del 40 por ciento del turismo sobre todo anglosajón, americano, en el último trimestre del año 2012 que se fue directamente, en la mayoría de los casos, a Cataluña, nuestro máximo competidor.

Bajo nivel de profesionalización. En muchos casos es así; estamos hablando de que en épocas de bonanza se contrató, sobre todo en los establecimientos de hostelería, a personal poco cualificado y ahora, en tiempo de crisis, estamos notando un bajo nivel de profesionalización, en lo que su propio nombre indica en la atención y el servicio al turista.

Desequilibrio territorial entre la capital y el resto de la Comunidad. Esto es evidente; la capital concentra el 90 por ciento de nuestros esfuerzos turísticos, pero tenemos 178 ayuntamientos más a los que tenemos que cuidar y muchos de los cuales dependen del turismo. Eso descompensa, de alguna manera, algo que nosotros intentamos compensar también con este Plan de Turismo. Asimismo, hay también una baja integración de la oferta cultural y de naturaleza.

¿Las amenazas? La conectividad aérea. Saben que Iberia está en un proceso de reestructuración fortísimo con un laudo que les impide funcionar, tanto de Iberia Exprés como de Iberia; en consecuencia, ha habido una bajada de actividad aproximada de un 40 por ciento, que se dice pronto, en lo que se refiere a Iberia. ¿Qué tenemos que hacer? Además de que compañías de bajo coste como Easy Jet o Ryan Air han reducidos sus vuelos y frecuencias con motivo de las alzas de las tasas aeroportuarias.

Descenso del turismo de negocios. Esto es evidente por las razones obvias de la crisis económica.

La subida del IVA al consumo turístico no ha sido una gran subida, pero en todos los sectores se ha resentido.

Descenso de la rentabilidad debido a las agencias virtuales y a los portales de reserva, a los famosos "puntocom".

En lo que se refiere a oportunidades, hemos creado –y está funcionando francamente bien- un grupo de trabajo para la promoción de nuevas rutas aéreas de la Comunidad de Madrid, junto con AENA, la Cámara de Comercio, Turespaña y el Ayuntamiento, elemento esencial para la captación de nuevas líneas aéreas y nuevas rutas, que son tan importantes para suplir la bajada de trabajo que ahora mismo tiene Iberia.

El plan de empleo para la formación continua que permitirá impulsar y consolidar la mejora del servicio turístico y formación para nuevos emprendedores –aquí he de confesarles que sacamos provecho al hecho de que también somos Consejería de Empleo, además de Turismo y Cultura-. Potencialidad de crecimiento turístico en diferentes municipios de un modo escalado: Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo, que perfectamente pueden ser considerados parte de nuestra oferta internacional, pero seguidos de otros municipios tan maravillosos como pueden ser Buitrago, Rascafría, Chinchón, Navalcarnero o Colmenar de Oreja, para así seguir con un plan de dinamización de recursos turísticos fuera de Madrid capital. Y declaración del parque nacional cumbres de la Sierra de Guadarrama. Yo creo que son oportunidades que, evidentemente, no debemos desaprovechar.

¿Qué objetivos tenemos? Con los objetivos que nos hemos fijado creo que marcamos la diferencia en cuatro productos turísticos fundamentales. En primer lugar yo siempre pondría la cultura. Tenemos lo que he comentado sobre el número de edificios BIC y toda la red de museos, con lo que creo que podemos ofrecer algo que muy difícilmente puede ofrecer cualquier otra capital o, por lo menos, competimos al mismo nivel que, por ejemplo, París o Londres.

El turismo de compras es otro eje que pretendemos desarrollar por lo que acabo de comentar antes. Tenemos una magnífica oferta, libertad de horarios comerciales y somos más baratos que nuestros competidores, que ahora mismo nos sacan ventaja. Debemos desarrollar el turismo de compras para competir e incluso adelantar a ciudades como París y Milán, que ahora mismo nos ganan.

El turismo gastronómico sí que está al alza. Todos los días hablamos de nuevos restaurantes con estrella Michelin, nuestros cocineros ganan premios por todos los lados y probablemente tenemos la mejor gastronomía del mundo, o por lo menos estamos a la misma altura, porque combinamos el producto tradicional, como pueden ser las típicas tapas, con un producto cosmopolita al nivel de la mejor de las ciudades del mundo, y ese es un tema que tenemos que explotar. Creo recordar que tenemos 53.000 establecimientos de hostelería, en términos generales, entre bares, restaurantes y cafeterías, muchos de los cuales tienen una oferta extraordinaria, aparte de que la oferta gastronómica puede muy bien suplir otras carencias llamémoslas culturales en municipios, especialmente del sur.

Por fin, hablaríamos de turismo de naturaleza, resaltando las áreas fuera de la capital de Madrid, y con acciones que creo que son originales, bonitas y dinamizadoras de la oferta que tenemos fuera de Madrid capital. Tenemos 28 acciones –no 30, es verdad; nos quedamos en 28- que creo que son bonitas y de todo tipo, como la creación de productos como el que ayer presentamos: el producto “Ciudades Legado”, del patrimonio de la humanidad, con el que esperamos que, a través de un pasaporte con 160 ofertas descuento en los tres municipios, haya una actividad digna de mención. Otras actividades son “Centinelas de Piedra” o la ruta por los castillos, torres y atalayas. Todo lo que les estoy contando tiene que estar concluido a 31 de diciembre de 2013, con independencia de que después continúen los productos más adelante; estas 28 acciones tienen que estar hechas. Ese es el objetivo que nos hemos marcado. También “Ciudades y villas de Madrid”, donde haremos un seguimiento de aquellas ciudades que no son patrimonio de la humanidad pero sí tienen algo que decir a nivel de toda España, incluso a nivel internacional, como pueden ser Navalcarnero, Colmenar de Oreja, Chinchón, Buitrago de Lozoya, Rascafría, etcétera. Además, una promoción del plan de yacimientos visitables y una guía de gastronomía y enología. En la gastronomía y la enología vamos a hacer una guía de rutas por bodegas, una guía gastronómica general y una guía como si dijéramos de alto “standing”, sobre todo para atraer aquel mercado que se mueve principalmente por sus aficiones gastronómicas; hablamos, por ejemplo, del público francés.

También vamos a potenciar –y pasamos a la fase de la naturaleza- algo en lo que yo tengo mucha confianza: el cicloturismo. El cicloturismo mueve millones de turistas; son personas que hacen rutas por todos lados. En Eslovenia, por ejemplo, el principal producto turístico son las rutas de cicloturismo. Hay tres tipos –yo no soy cicloturista, pero lo he aprendido, y me ha parecido realmente bonito-: el ciclista de carretera, el ciclista de bicicleta de montaña y un tercero que lleva una especie de enganche detrás de la bici donde lleva la maleta, la tienda de campaña, etcétera, es decir, son familias enteras que circulan por las rutas turísticas con absoluta autonomía. Si a esto destinamos una pequeña cantidad y potenciamos nuestras áreas más bonitas en combinación con bicicleta de montaña, junto con los cientos de kilómetros de sendas que tenemos y combinándolo también con establecimientos que sepan arreglar un pinchazo, poner la cadena cuando se sale, o que dispongan de un sitio adecuado para las bicis y con lavado, con una buena señalización, puede

ser un producto de gran alcance turístico tanto para Madrid como para otras comunidades autónomas, incluso a nivel internacional.

Vamos a potenciar Madrid como destino de golf. Ahora mismo tenemos 34 campos en la Comunidad de Madrid de primerísima categoría mundial, y hay sitio para jugar, cosa que no pasaba antes. Vamos a crear una página web a través de la cual el finlandés, en origen o en destino, a través del conserje del hotel, va a poder reservar en un campo de golf -además, el más lejano se encuentra a 50 kilómetros del centro de Madrid- su derecho de juego de golf, con la posibilidad además de alquilar su equipo, al igual que lo hacen los aficionados al esquí; antes todo el mundo viajaba con sus esquís, ahora todo el mundo los alquila en destino, queremos hacer lo mismo. También vamos a confeccionar circuitos turísticos con rutas de museos y promoción de festivales, como la Suma Flamenca, Madrid en Danza y de Otoño a Primavera, aprovechando que llevamos: empleo, turismo y cultura, señora Presidenta.

En lo que se refiere a turismo de naturaleza hemos dividido la dinamización de áreas de interés turístico en las siguientes áreas: la Sierra Norte, con el Valle de Lozoya como primera fase; la dinamización del Guadarrama; la dinamización de la zona este; la dinamización de la comarca sur, y la dinamización de la Comarca de las Vegas, lo que significa que, habiendo estudiado los recursos de cada una de ellas... No quiero aburrirles con ninguna en concreto; todo esto va a estar colgado en nuestra página web la próxima semana, por lo que casi prefiero que me pregunten cualquier duda que puedan tener. En cuanto a los recursos que podemos tener en la Sierra Norte, lagunas de Peñalara y Cartuja del Páular: senderos señalizados, rutas ornitológicas, yacimientos de neandertales, muralla y castillo de Buitrago de Lozoya, el hayedo de Montejo o Valdemaqueda. Todo esto, puesto en valor, creemos que puede ser una magnífica forma de dinamizar aquellas zonas a las que por ahora no ha llegado una gran afluencia de turismo, sobre todo del público de Madrid; tengan ustedes en cuenta que nosotros generamos 22 millones de salidas turísticas.

Vamos a reformar la página web. Ya había una de la extinta sociedad de promoción Turismo Madrid, que era una página web transaccional que no responde a las necesidades que tenemos ahora en Turismo y Cultura. Queremos hacer una página web bonita, buena y descriptiva, con "links" a todos aquellos productos que sean necesarios para nuestra comercialización. Evidentemente, habrá un "link" al Museo del Prado, por poner un ejemplo. No vamos a ponernos a explicar otra vez lo que es el Museo del Prado; lo saben hacer mucho mejor ellos. Queremos que sea una página activa y muy fácil de ver, por supuesto, en español e inglés como base. No deja de ser uno de los recursos más importantes que vamos a tener.

Vamos a complementar esto con aplicaciones en los teléfonos móviles. Los turistas, en vez de llevar un folleto, llevan el teléfono móvil con su "app" y con su descarga sobre aquel recurso turístico que les guste más. Vamos a promocionar también todo eso.

Pretendemos impulsar el empleo a través de incentivos para cursos de formación y de nuevos emprendedores que, sobre todo, complementen la oferta de turismo de naturaleza, en la que ahora mismo queda mucho por hacer y que, para mi gusto, es francamente bonita. Si un señor quiere especializarse en micología, por poner un ejemplo, sabrá mucho sobre cómo cortar la seta, a qué altura cortarla y si es buena o es mala, pero igual no sabe tanto de contabilidad o de gestión de empresa. Ese tipo de formación complementaria y de impulso a través de nuestros canales, que no solamente es la página web sino que también son las cuarenta oficinas de información turística que tenemos a través de la red "Mad About Info", creo que es un magnífico trampolín para que un señor, por ejemplo, de Rascafría –ya que estábamos hablando de las setas de Rascafría- pueda poner su empresa, la pueda llevar con viabilidad y además sea buena para el propio sector, porque pondrá la oferta necesaria para aquellos aficionados que no saben. Hasta ahora mismo esto no está regulado.

Hablando del capítulo de promoción, en lo que se refiere a la promoción nacional, hay que partir de una base. Primero, el turismo nacional está fatal. En todas partes sufre unos descensos francamente preocupantes. Probablemente sea una de las cosas que antes corta una familia española, tenga o no tenga el dinero, por razones obvias que no me voy a parar a explicar ahora, pero hay que tratarlo con atención. Ahí nos vamos a concentrar en tres circunstancias: en primer lugar, en los convenios con las comunidades autónomas. Tenemos ya firmado uno con Valencia, otro con Castilla y León, otro con Castilla-La Mancha y otro con Extremadura, de tal manera que haya intercambios de soportes publicitarios y de promociones entre unas comunidades autónomas y otras. Además, todas son comunidades autónomas limítrofes y de interior, lo que implica también que vamos a comercializarnos como parte de España interior -llamémoslo España interior- turismo verde, como una unidad para su proyección internacional dentro de la campaña de promoción de Turespaña.

En segundo lugar, la propia ciudad de Madrid. Tenemos que promocionar muchísimo el producto Madrid fuera de Madrid, por lo que les estoy contando: tenemos 22 millones de salidas.

En tercer lugar, también vamos a hacer productos nicho. Son productos tan concretos que el principal motivo de viaje de la gente sea ese producto noche. Estamos hablando, por ejemplo, del cicloturismo, que acabo de comentar, o del avistamiento de pájaros. En este último caso, en Estados Unidos y en Reino Unido hay clubes que manejan cientos de miles de especialistas. Nos podrá parecer mentira, pero eso es así; con lo cual, deberíamos potenciar ese tipo de productos nicho especializados. La ruta de las bodegas, en coordinación con Medio Ambiente, podría perfectamente ser otro de ellos.

¿Cómo vamos a promocionarlo y qué herramientas tenemos? Las oficinas de turismo y la página web. También tenemos una tercera vía, los intercambiadores que tenemos en la ciudad de Madrid, donde vamos a hacer promociones de aquellos ayuntamientos en los que haya algo especial durante ese fin de

semana, desde una fiesta o promocionar un producto hasta promocionar una semana; en fin, lo que se considere que sea interesante, aprovechando nuestra relación con los intercambiadores que todos ustedes conocen: Moncloa, Príncipe Pío, avenida de América o Nuevos Ministerios. Ahí vamos a hacer promociones concretas para los municipios fuera de la Comunidad de Madrid que tengan una acción bonita y concreta que promocionar. Esto, en lo que se refiere a la promoción nacional.

También haremos alguna inserción en publicaciones de alta capacidad especializadas en turismo. Un caso concreto que ya hemos contratado, por ejemplo, es a través del suplemento de la revista "El viajero", que es la mejor especialista de España en turismo, que se hace a través del periódico "El País". ¿Cuánto tiempo me queda, señora Presidenta?

La Sra. **PRESIDENTA**: Le quedan tres o cuatro minutos más.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Castillo Dolagaray): ¡Madre mía! ¡Me falta todo lo internacional, señora Presidenta!

La Sra. **PRESIDENTA**: Continúe.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Castillo Dolagaray): Muchas gracias. En lo que se refiere a política internacional, para empezar, voy a dar dos datos clarísimos: en primer lugar, debemos ir en sinergias absolutas con el Ayuntamiento de Madrid y con Turespaña. No en vano los recursos escasos que tenemos, los objetivos comunes y la oportunidad de poder asociarse con eficacia con estas dos instituciones son clave en toda nuestra promoción internacional.

En segundo lugar, queremos ir a mercados de origen maduros. ¿Por qué? Porque sabemos que el sector, sobre todo de los hoteles, lo está pasando mal, y queremos rendimientos a corto plazo. En consecuencia, vamos a concentrarnos en mercados -fíjese si soy concreto- más que en Francia, en París; más que en Inglaterra, en Londres; dos o tres ciudades alemanas, Milán y Roma, Nueva York, Chicago, y Los Ángeles a través de productos muy concretos, que ahora mismo explicaré. Y después, en lo que se refiere a mercados emergentes, Rusia y Brasil; esta, además, con la entrada privilegiada que tenemos a través de Portugal. En Rusia, por ejemplo, hemos traído el touroperador Natalie Tours, que maneja el 70 por ciento del mercado ruso. Ahora, en coordinación con el Ayuntamiento, hemos hecho una promoción en revistas especializadas para dar a conocer Madrid en origen, y en el mes de julio vamos a hacer una promoción para dar a conocer Madrid en origen a través de la actuación de María Pagés, la especialista en danza, aprovechando una vez que llevamos cultura, y así sucesivamente.

En lo que se refiere a de qué forma vamos a hacerlo, sobre todo lo vamos a hacer a través de compañías aéreas porque necesitamos recuperar la capacidad de trabajo perdida en el aeropuerto de Barajas.

Con lo cual, estamos negociando con British Airways, y ya tenemos un vídeo de dos minutos en el mes de julio en todos los vuelos de British Airways. Después, tenemos todas las compañías alemanas, Air Berlín y Lufthansa, Air France. También estamos hablando con Air Europa y con Iberia, porque es nuestra obligación, muy a pesar de estar en el momento que están. Esto es en resumidas cuentas, señora Presidenta, la parte internacional.

Otras acciones también divertidas serían con el Instituto Cervantes para atraer a estudiantes de español; una campaña en blog sociales de aquellas impresiones que tengan, sobre todo a nivel de gente joven, después de su experiencia en Madrid; es decir, campañas con televisión. Y ya no le quito más tiempo, señora Presidenta.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchísimas gracias. No me quita tiempo. Los tiempos son limitados, pero es verdad que la comparecencia de turismo se ve que da para mucho. Por lo tanto, comenzamos el turno de los Grupos Parlamentarios. Tiene la palabra el señor Fabo por parte de Unión Progreso y Democracia. Ya saben los portavoces que pactamos 20 minutos para cada Grupo.

El Sr. **FABO ORDÓÑEZ**: Muchas gracias, señora Presidenta. No creo que sea necesario agotar los 20 minutos. Solo para unos cuantos comentarios. En primer lugar, le agradecemos muchísimo la información, porque ha sido usted un torbellino de información acerca de los propósitos, de las acciones, de todo lo que... (El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO**: *Está colgada en la página web.*) De hecho, si hubiera...

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Fabo, discúlpeme. Señor Director, como es tónica, y así lo establece el Reglamento, le ruego que no entre a contestar a cada portavoz, porque es la única manera que podamos ordenar los tiempos. (El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO**: *Perdón.*) Continúe, señor Fabo.

El Sr. **FABO ORDÓÑEZ**: Muchas gracias. Además, yo soy un torpe y si me dice algo, le contesto y la liamos. Efectivamente, nosotros hemos buscado la información antes de la comparecencia, no la hemos encontrado y era una de las cosas que lamentábamos, que cuando se anuncian estos planes y, evidentemente, se hace un esfuerzo mediático, se puede comprender que el interés y el esfuerzo principal se vuelque en ese propósito mediático y que luego, sin embargo, realmente el contenido, las acciones y lo que da sentido a la acción de un Gobierno, que es llevar, implementar y desarrollar este tipo de actuaciones tenga un peso menor. En ese sentido, su comparecencia y la cantidad de información acerca de los planes lo equilibran y lo contrapesan. Usted se ha centrado en lo que se pretende hacer, encuadrándolo en ese esquema de fortalezas y debilidades que da sentido a la actuación en la que está. A nosotros nos parece muy pertinente, no tanto la presentación mediática, que eso lo comprendemos y lo entendemos, como verdaderamente la existencia de una acción de Gobierno plasmada en un plan o en una actividad intensa ante un sector como este, por lo que supone y en el momento en el que está.

Le quería preguntar algunas cosas. He tratado de indagar la documentación que nos aclare acerca de cuál es verdaderamente el panorama y cuáles son las proyecciones que se realizan sobre la industria turística. Hemos encontrado varias cosas de interés; en concreto, una que nos ha parecido especialmente relevante por la rigurosidad y por el detalle en que viene plasmado, que son los informes trimestrales sobre coyuntura turística que contempla la industria turística en todo el ámbito nacional, pero que también precisan el impacto en cada una de las comunidades autónomas. En este sentido, le planteo la conclusión a la que nosotros hemos llegado por ver si usted la confirma o si estamos equivocados. Creo que va en la línea de lo que usted ha apuntado: ciertamente la industria turística sigue siendo muy importante en cuanto a su peso económico en España y en la Comunidad de Madrid. Ciertamente ha encajado la crisis económica de forma diferente a otros sectores y, en ese sentido, constituye hoy por hoy un puntal importante, por lo que se hace más necesario un efecto más compensatorio con respecto a la pérdida en otros.

En el último informe disponible, que hace referencia al primer trimestre del año, hemos podido apreciar claros síntomas de desaceleración, de dificultades crecientes, especialmente importantes en lo que corresponde al mercado nacional, y creo que usted lo ha citado, pero también con el mercado internacional, en algunos de los casos en aquellos mercados internacionales especialmente importantes para nosotros porque son los que, con una diferencia notabilísima realmente determinan el número de turistas que vienen a España. Cuando uno observa esto, es verdad que llama mucho la atención que esto se produce en los mercados británico, alemán y francés, de los cuales en dos -si me equivoco, corrijame-, parece que hay una tendencia declarada; por lo menos en el primer trimestre se apuntaba así. No sé si esto ha evolucionado más positivamente o ha cambiado de cara a la oferta turística del verano, pero en dos de ellos hay claros síntomas de desaceleración preocupante. Me estoy refiriendo al británico y al francés, mientras que el alemán parece que se mantenía en mejores condiciones.

Es cierta la importancia de los mercados emergentes. Yo no soy un experto, pero me ha parecido entender que los emergentes hoy en día tienen una importancia doble: por su potencialidad en crecimiento, porque en realidad se parte de cotas muy bajas de participación en número de turistas, me refiero a Rusia y a Brasil; sin embargo, se nota claramente su importancia cuando lo miras desde la perspectiva de los ingresos que se producen, es decir, la capacidad adquisitiva de los turistas. Usted ha dicho que está incluida, dentro del plan, la promoción en esos mercados emergentes. Ha citado Brasil y Rusia, pero yo le pregunto por otros dos, que no sé si tienen la calificación de emergentes, pero me parece bastante evidente leyendo la información contrastada por el Ministerio. Le pregunto por los países del norte de Europa, los países escandinavos, que están claramente en una situación de enorme potencialidad y emergentes y también por el caso de Estados Unidos, donde, como usted ha comentado, se refleja muy claramente en este informe que, evidentemente, hay una desviación del turismo norteamericano en su destino, en el caso de España, que, en fin, yo no había concluido que era Cataluña pero efectivamente es Cataluña -los datos lo dicen- en perjuicio de Madrid.

Este diagnóstico es así, es decir, realmente, aunque la industria turística sigue manteniendo esta enorme importancia económica, tal y como son los números de resultados hoy en día, sin embargo, ya se ha aproximado, está cerca de un ciclo que puede mostrar una tendencia a la inversión en este crecimiento y, por tanto, con algunas amenazas que hacen lógico ese plan o esa intensidad en las acciones, en buscar iniciativas nuevas, en buscar nichos, porque la trayectoria de la Comunidad de Madrid hasta 2011, por lo que hemos podido apreciar, efectivamente es ascendente y, sin embargo, ya no lo es. En fin, me estoy refiriendo a los datos de este informe. Además, no lo es porque en el conjunto del sector se produce esta circunstancia que ya hemos comentado, pero también es verdad que ese impacto no es el mismo en todas las comunidades de España, entre las que hay claramente diferencias y además diferencias entre lo que ese cambio de tendencia produce en materia de empleo, bueno, en materia de peso económico.

En ese sentido, en los objetivos que ustedes han marcado en el plan de empleo, conforme a la nota de prensa, aunque usted aquí no lo ha señalado expresamente, claramente hay objetivos de crecimiento del negocio, con el incremento de un 2 por ciento del mercado nacional y del 5 por ciento del mercado internacional en su conjunto. Pregunto: ¿en qué se basan estos objetivos? Porque los informes -nosotros evidentemente solo hemos accedido a la información disponible, que es hasta marzo del año del año 2013- apuntan justo en la dirección opuesta; levemente, pero apuntan justo en la dirección opuesta. Entonces, supongo que en realidad este objetivo es un propósito de invertir esa tendencia que quedó plasmada en los datos de principios del año y, en ese sentido, le pregunto cómo van las cosas.

Más exactamente le pregunto –en esto sí que ha entrado- cuáles son los elementos de coordinación. Usted lo ha dicho como algo absolutamente esencial; ha dicho: sinergia absoluta con los agentes que intervienen en la industria turística, en la promoción que nos corresponde, es decir, el Ayuntamiento de Madrid y el Ministerio a través de Turespaña. Es de sentido común, es lógico que sea así y, si así no ha sido, es evidente que eso necesita una corrección, pero le pido que sea un poquito más preciso porque me ha venido a la cabeza la noticia de hace dos o tres días, protagonizada por la Alcaldesa de Madrid, que fue un poco sorprendente, perdone que se lo diga. A partir de las afirmaciones de una persona responsable del comercio en la Comunidad de Madrid, ciertamente críticas con lo que se venía haciendo, mejor dicho, con lo que se hace en el último tiempo, ella ha dicho que hay que hacer un plan de turismo, y que ese plan de turismo el Ayuntamiento de Madrid lo tiene que hacer con la Comunidad de Madrid y con el Ministerio. Entonces, esto, dicho el 17 de junio, después de que el 14 de mayo ustedes presentaran un plan de turismo en total sinergia, como deduzco, con el Ayuntamiento de Madrid, confunde un poco. Entonces, no sé si simplemente es fruto de cómo ha salido en la prensa –por eso lo estoy comentando- hace escasamente dos días; es decir, si responde simplemente a cómo se trata en la prensa o no sé a qué, pero ciertamente no reflejaban esas declaraciones que realmente hubiera esta coordinación a la que usted ha hecho mención.

Tampoco ha hecho ninguna referencia –comprendo que no le ha dado tiempo a ello y además igual no tiene mayor importancia, pero nos ha sorprendido- a que la Asociación de Hoteles de Madrid, con más de 300 asociados, haga estas declaraciones y rechace expresamente la firma de un memorándum, que no sé exactamente qué contiene ese documento porque no he podido acceder al mismo, pero supongo que será lo que usted está contando aquí más o menos: las acciones o las planificaciones. No sé si ahí hay algún tipo de problema; deduzco que sí porque algunas cosas nos han llegado acerca del descontento de la Asociación de Hoteles con la acción de la Comunidad de Madrid, por lo menos en dos materias: en su política respecto a las fincas rústicas y a la celebración de eventos en las mismas y también en su política respecto a la oferta de apartamentos sin licencia. No sé si son estas cosas, está por confirmar, pero nos parece preocupante que una asociación importante y clave en todo esto esté en un desacuerdo tan manifiesto como para rechazar la firma de algo que en el fondo responde a unos propósitos difícilmente criticables para el sector.

Para ir terminando, le quiero preguntar si tienen pensando algo específico para el mercado de Estados Unidos, usted ha hablado de promociones en tres ciudades, si no le he entendido mal. Nos ha parecido deducir de los datos que ciertamente se produce no una disminución de afluencia de turistas norteamericanos a España, que ciertamente crece, según el informe que hemos visto a primeros de año, y crece a la vez que se produce un decrecimiento en el destino Madrid en favor de otros, que, por lo que usted ha dicho, será Cataluña y, por los datos globales que figuran en el informe, parece efectivamente que es así. ¿Se está haciendo algo específico sobre esto? Nos parece especialmente relevante por el interés económico de dicho turismo y también porque, como se pone de manifiesto en los informes especializados en la materia, que es un tipo de turismo que encaja muy bien con el tipo de oferta –aparte de la negocios- que se está conformando en Madrid o que ya está conformada en Madrid y que ustedes están potenciando, lo cual nos aleja de las posibilidades que ofrece costa y playa, pero como eso no tiene remedio –de momento- hay que saber aprovechar las oportunidades. Nos parece que ese mercado, el de los turistas norteamericanos –como el de los japoneses- es un mercado interesante y en potencial crecimiento. Por tanto, nos gustaría saber si alguna acción dirigida en ese sentido.

En fin, por lo demás, su intervención nos ha parecido un rosario de actuaciones, y de la manera que usted lo ha estructurado tengo que reconocer que tiene una lógica aplastante a partir de la consideración de cuáles son los puntos fuertes y cuáles son los puntos débiles que, lógicamente, dan lugar a una oferta de ese tipo, con estas nuevas iniciativas, que están pensadas para compensar la pérdida inevitable –lo digo, porque no depende de una acción propia sino de una acción conjunta- que produce la disminución del turismo de negocios.

Voy a formularle una última pregunta para que se luzca usted y con el ánimo de que nos aclare algo sobre esta cuestión. Ha dado usted mucha importancia al turismo de compras, y se ha fijado incluso el

objetivo de situarse como la primera ciudad europea en turismo de compras, por encima de París y Milán; cosa difícil, porque si mira las cifras sobre turismo de compras en Madrid y París, no sé para cuándo está fijado este objetivo, pero si es para el año 2013, me parece que no lo van cumplir, porque la diferencia es muy importante. En ese sentido me parece que el objetivo está mal definido; es de estos que lleva necesariamente a la frustración, salvo milagro, y no sé si está motivado por este empeño constante en demostrar que las medidas que se han tomado de liberalización de los horarios comerciales tienen ese efecto casi milagroso, contempladas las cifras. ¿Qué indicadores tienen ustedes al respecto? No me cabe duda de que la apertura de los comercios, sin duda, tiene una relación directa en el turismo de compras. Pero, ¿hay alguna otra evaluación? Lo digo, porque nosotros hemos pensado que siempre que hay que avanzar hacia la liberalización de horarios, pero hay que hacerlo con cierta cautela y con cierta prudencia para no causar perjuicios a ese comercio y a las personas que lo protagonizan hoy en día. Espero su segunda intervención con muchísimo interés y muchísimas gracias por su atención.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Fabo. Tiene la palabra el señor Sanz en nombre del Grupo Parlamentario Izquierda Unida.

El Sr. **SANZ ARRANZ**: Muchas gracias, señora Presidenta. Para empezar, señor Director General, el hecho de que piense que hay solamente dos manifestaciones diarias en Madrid desde octubre del año pasado da la impresión de que vive en otro sitio que no es Madrid. Hay bastantes más. Las manifestaciones no son palos que se ponen en la rueda de nada, sino que las manifestaciones, las movilizaciones y las huelgas son el resultado de situaciones concretas que se dan en los países; de ahí que en la ciudad de Madrid, que es la capital del Estado, la capital del Reino, tenga que haber muchísimas movilizaciones. Ojalá que no hubiera motivos para tenerlas y que nos pudiéramos conformar con la feria del campo, el Primero de Mayo y la procesión de la Macarena, ¡yo qué sé!; pero esa no es la realidad, y en cuanto a la imagen pública que da España hoy, no es muy diferente la que se da en la ciudad de Madrid y en la Comunidad de Madrid de la que se da en la Comunidad catalana, porque es lo mismo. No se puede hablar exclusivamente de Madrid. Las movilizaciones no se dan solamente en Madrid. Es muy fácil hablar con la Guardia Urbana de Barcelona y mirar las que se están produciendo allí, mientras el destino turístico Barcelona es el primero de este país como ciudad, con mucha diferencia, y lo han conseguido desde hace pocos años. No era un destino turístico con esas características. La ciudad de Madrid –no hablo de la Comunidad, porque es fundamentalmente la ciudad de Madrid la que ha hecho la promoción- tiene la situación que tiene hoy. Creo que hay veces que no basta con hablar catalán en la intimidad, sino que también vale la pena ver cuál es la realidad de otras comunidades autónomas para aprender de ellas. A lo mejor puedo decir esto porque, como no me gusta el fútbol ni esas cosas, no tengo rivalidad con la gente de Cataluña; pero, conociendo el sector turístico, sé más o menos qué se hace y qué se deja de hacer.

Entrando un poco más en materia, creo que hoy la Comunidad de Madrid presenta ciertas realidades que tienen muchísimo que ver con la política del Estado; pero, teniendo muchísimo que ver con la política del Estado, no creo que sea casual que la Alcaldesa de Madrid diga que tiene que hablar directamente con el Estado en vez de hablar con la Comunidad de Madrid para hacer en conjunto unas políticas de cara a los ministerios que les afectan respecto al turismo. Estoy viendo claramente que no se va de la mano en algo en lo que se tiene que ir de la mano. Comunidad de Madrid y Ayuntamiento de Madrid, en el turismo, sean del signo que sean, se lleven lo mal que se lleven, o van de la mano o no es que se estén poniendo palos en la rueda, sino que le están quitando la rueda al carro. Es una realidad que está ahí.

Usted ha comenzado hablando de la preocupación respecto a Barajas. No se puede seguir dirigiendo la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, el servicio turístico de Madrid y, al mismo tiempo, estar permitiendo, desde la posibilidad que se sigue teniendo con la renacionalizada Bankia, que no se haga nada para que no se desmonte Iberia. Señorías, eso es de cajón. ¡Es de cajón! Las rutas turísticas que se están perdiendo en el transporte aéreo difícilmente se van a conseguir recuperar, porque la ruta que le quitan a una compañía, la coge otra, y no hay forma, no se pueden devolver. Es igual que en el ferrocarril. Cuando un tren pasa a las diez de la noche por una vía, no pueden pasar dos al día siguiente a esa misma hora. Seguirá pasando siempre el mismo. En las rutas turísticas está pasando eso, y el desmantelamiento de la compañía Iberia nos está llevando a donde nos está llevando.

Pero, claro, se está permitiendo eso y se está permitiendo algo que, desde mi punto de vista, es tan grave o más: el desmantelamiento de la T4 y se está permitiendo el desmantelamiento de AENA; incluso se está permitiendo en la situación más grave, en la que da la impresión de que sería más sencillo que no se produjera. Hoy me he tenido que reunir con el comité de empresa de la hostelería de todo Barajas. La misma compañía que ha tenido el contrato desde cuando era mixta, junto con AENA, se queda con la concesión. No han pasado ni quince días y se ha puesto a despedir al 20 por ciento de la plantilla, con la amenaza de reducir el salario en un 25 por ciento a esos trabajadores. ¡Esto no puede ser! ¡Luego dice que no haya huelgas! ¿Pero cómo no va a haber huelgas? ¿Cómo no va a haber manifestaciones, cuando tenemos un empresariado –si es que se le puede llamar de esa manera- que funciona de esa forma? Señorías, ¡esto no es posible! ¡No puede ser que esto ocurra en la Comunidad de Madrid y estén mirando para otro lado! ¡Que Barajas es la puerta de entrada del turismo a esta Comunidad! ¿Qué imagen damos? ¿Qué tipo de imagen se va a dar? ¿Cómo es posible que se esté pretendiendo que pierda hasta la personalidad el sector hotelero de los aeropuertos españoles –voy a centrarme en Barajas- y tengan que acabar siendo todos franquicias de marcas multinacionales? ¿De qué estamos hablando, señorías? Por que aquí da la impresión de que no se sabe de qué se habla.

Puedo entender que haya poco dinero para la promoción del turismo. Ahora bien, una cosa es tener poco dinero y otra cosa es hacer grandes campañas en el extranjero, y yo no creo que se trate de eso sino de por lo menos seguir manteniendo las potencialidades que tenemos. Y ahora le voy a ir relatando una por una las situaciones que se están dando.

Primer punto, oferta hotelera de calidad. Es bien cierto que en los últimos años ha habido una cierta instalación de una serie de cadenas de hoteles, de hoteles de cuatro o cinco estrellas. Junto a eso, se han degradado al cien por cien los servicios que se dan en estos hoteles. El hecho de haber perdido los trabajadores fijos que tenían los hoteles de cuatro y cinco estrellas sobre todo, y hoy que se hacen a través de ETT, con contratos en precario y cosas por el estilo, hace que haya bajado la calidad de los servicios hoteleros en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la Comunidad de Madrid, y que no sean comparables con hoteles de mucha menos calidad, de muchas menos estrellas fuera de Madrid; aquí estamos hablando de hoteles de cuatro y cinco estrellas, no estamos hablando de hostales de tres; estamos hablando de lo que estamos hablando. Le estoy hablando de la cadena Catalonia, le estoy hablando de todo lo que era la cadena Meliá; es decir, yo creo que eso es algo con lo que debería tenerse desde la Dirección General bastante más cuidado a la hora de mantener por lo menos ese tipo de oferta turística, que es fundamental. Junto a eso, como sigamos diciendo que una de las potencialidades es el turismo gastronómico, y al mismo tiempo nos fijemos en las estrellas Michelin, y no nos demos cuenta de qué está ocurriendo con la falta de profesionalidad en la hostelería, de esos miles de establecimientos hoteleros sobre todo en las zonas hoteleras, donde se está perdiendo la personalidad de la oferta hostelera cotidiana...

Señorías, hay que hacer algo, y para eso sí que está la Comunidad de Madrid y está el Ayuntamiento para poder hacerlo. No se puede dar metralla al turista en cuanto que habla diferente, y esa es una realidad que se da hoy en la Comunidad de Madrid y, por desgracia, hasta en la propia ciudad de Madrid, y, por desgracia, en las zonas más turísticas del centro de Madrid. Eso es sencillo, no hay nada más que caminar. Nos damos cuenta de que, como estamos con recortes, la suciedad que tiene el centro de Madrid es infumable; sé que eso le corresponde mucho más al Ayuntamiento de Madrid, pero es una realidad que está ahí, porque da la impresión de que el patrimonio cultural también era eso; el patrimonio cultural inmaterial era la limpieza, la atención en las empresas hoteleras, en los bares, en los restaurantes, y vuelvo a repetir que no en los de cinco de tenedores tampoco; nosotros estamos hablando de otra cosa diferente cuando hablamos de la hostelería de proximidad, porque hay algún turista que va a los de las estrellas Michelin, pero el turista normal es el que va a lo que se encuentra en las zonas turísticas, en las zonas de al lado de los museos, al lado incluso de los grandes almacenes y demás, y ese es el tipo de cosas que desde una Dirección General de Turismo hay que controlar, porque se da el caso de que incluso se producen situaciones tan chuscas como que se hacen las reclamaciones a la Dirección General, y no se le da importancia. Cuando salgamos, le contaré personalmente experiencias detrás de donde está la Dirección General de Turismo,

tomaduras de pelo en el sector turístico. La vigilancia de esas cosas es la que puede permitir recuperar algo de lo que estamos perdiendo.

Yo creo que ese tipo de cosas son las que están echando para atrás a la gente. No es lógico que haya habido eventos multitudinarios en la ciudad de Madrid de gente con poco dinero... Fue hace dos años, me parece, el día que vino el Papa. Siempre que ha habido un acontecimiento de estas características, el año siguiente y el otro suelen ser años muy buenos turísticamente porque no es que vuelvan los chavales, sino que si los chavales se han ido contentos... He estado de acuerdo siempre en que eso podría dar algo de dinero, no tanto en lo que fue la jornada sino de esa forma. Esa es la mejor promoción que hay: cuando un hijo vuelve a su casa y cuenta la experiencia que ha tenido, si ha sido buena, y, señorías, no ha sido así. No se ha promocionado.

Patrimonio cultural. De eso no voy a hablar porque acabamos de aprobar una ley con la que vamos a acabar con el patrimonio cultural en tres días; pero, bueno, iqué le vamos a hacer!

Turismo de negocios. Vuelvo a repetir, no dependerá de la Dirección General de Turismo, pero sí mucho del Gobierno regional. No puede ser. El Ifema no puede estar cadavérico, que da la impresión de a ver si viene Adelson y lo compra rápido porque, de lo contrario, se va a acabar chafando. Cada vez hay menos eventos; cada vez hay menos promoción y, por desgracia, es un tipo de turismo, no sé si es tanto nacional como internacional, que está bajando; está bajando en el día a día. Ustedes tienen los presupuestos ahí y lo van viendo. Eso son actuaciones que tiene que hacer un Gobierno por mucha crisis que tenga; hay que trabajárselo.

Turismo de compras. Sigán con el mantra de la liberalización de los horarios y de lo que ustedes quieran, pero la liberalización de horarios, el todos los días abierto y demás, vamos a ver a la vuelta de muy poco tiempo cómo en la ciudad de Madrid, cuando salgan las cuentas de resultados de los grandes almacenes... Y no solo de los grandes almacenes, el abierto todos los días 365 días al año vamos a ver qué datos da. Uno de los datos más espeluznantes que hay es cómo la agencia turística más importante de este país está en un expediente de regulación temporal de empleo, que es El Corte Inglés. Seguimos abriendo los domingos, los días de fiesta, las fiestas de guardar, de noche, las 24 horas del día, lo que se quiera, pero realmente eso, en vez de estar potenciando las compras, lo único que está haciendo es, en primer lugar, destruyendo empleo; los datos los dio mi compañero en el último Pleno, datos contrastados, y, junto a eso, estoy convencido de que las empresas lo están teniendo bastante más difícil.

Le he oído algo que me ha encantado y digo: ¡hombre!, a ver si es verdad porque si algo le falta a la Comunidad de Madrid es ese tipo de convenio con las comunidades limítrofes. Estoy convencido de que hay que tener una visión del turismo desde Madrid, no tanto desde la Comunidad Valenciana, de Extremadura,

Castilla-La Mancha o de Cataluña; no, desde Madrid. ¡Si tenemos la plataforma ideal para que venga turismo de fuera, que es el aeropuerto de Barajas! Una vez que llega al aeropuerto de Barajas, Madrid tiene que sujetar al turista para que esté dos o tres días, pero al mismo tiempo que sea Madrid incluso el centro de sus desplazamientos. No se puede seguir manteniendo como tenemos unos trenes magníficos -estoy de acuerdo- para los turistas; no creo que valgan para sustituir a la cantidad de gente que se va a quedar sin tren por culpa de los precios del AVE y por las paradas que tienen, pero sí creo que es un aliciente turístico muy importante. Firmando convenios o acuerdos, ahora con Alicante, que está a dos horas y pico, no es que vaya tan deprisa; el hecho de poder hacer paquetes turísticos en los que la gente que venga a la ciudad de Madrid, no haga lo que hacen hoy, que es llegar a Barajas desde cualquier sitio, hacer el "transfer" e irse a París, a Londres o a Roma -sobre todo desde Latinoamérica se hace eso habitualmente-. Madrid necesita hacer algún tipo de promoción para fijar ese cliente potencial; que no se quede a dormir como mucho una noche, que es uno de los problemas que tienen los hoteles de cuatro y cinco estrellas en esta Comunidad: que la ocupación, las pernoctaciones son ridículas; no sé si llega ni siquiera a una noche por turista. Son cantidades bastante bajas. Ese tipo de cosas son las que hay que hacer.

No voy a entrar en este momento en que estoy convencido de que la Comunidad de Madrid no tiene política turística porque no sabe qué es lo que quiere. Yo creo que no se sabe qué es lo que se quiere. ¿Se quiere el hotel de cinco estrellas? ¿Se quiere el turismo caro, de compras caras y tal? ¿O se quiere el turismo de Eurovegas? Yo no lo sé. Creo que lo de Eurovegas es un futurible, pero hoy tampoco sé exactamente qué tipo de promoción turística es la que se está haciendo porque, al mismo tiempo que han proliferado los hoteles de cuatro y cinco estrellas, han proliferado una serie de alojamientos turísticos que no existían, que son los hostel, que a mí no me preocupan; son los de la bicicleta que decía usted, con el tándem detrás y todas esas cosas. Es el tipo de alojamiento turístico que se utiliza y ni entro ni salgo, porque es gente generalmente joven, aunque en muchos casos ya no de años pero sí de espíritu y es un turismo bastante interesante y muy agradable para convivir con él. Pero, ¿qué es lo que estamos haciendo turísticamente?

Para ir concretando un poquito, le puedo decir destinos turísticos que a lo mejor aquí hemos despreciado; o sea, el turismo que está hoy nutriendo en un porcentaje elevadísimo la ciudad de Lisboa, y todo Portugal, es el turismo nórdico. Ese es un turismo que se gasta las "pelas"; ese sí que es un buen turismo, y es un turismo en el que Madrid, frente a Lisboa, podría ofrecer muchísimo más. Es difícil ver ningún tipo de promoción turística en ninguna capital nórdica; es decir, te da igual dónde vayas porque no ves nada. Además, en Lisboa, puedo decirle que lo único que he visto de promoción turística de la Comunidad de Madrid es algo del Ministerio de Cultura, que era la exposición de Salvador Dalí. ¡Que estamos al lado! Es una promoción turística muy fácil. Estamos a tiro de piedra, a tiro de coche, y no hay ningún tipo de promoción en un mercado que tenemos a mano, que estarán mal, como lo estamos nosotros en este momento, pero que, evidentemente, cuanto más próximo está, más fácil es irlo atrayendo porque, para los ciudadanos de

Madrid, Lisboa viene a ser un destino turístico casi como ir a Málaga; es una de esas ciudades en las que te das una vuelta y te das cuenta de que está llena de ciudadanos madrileños y españoles, no solamente madrileños.

Para ir concluyendo, le diré que me parece un auténtico disparate que en una situación como la que vivimos se achaquen al "puntocom" los problemas del sector turístico en cuanto a ocupación hotelera porque eso no es así; o sea, el "puntocom" está en todas las capitales y en todas las ciudades turísticas del mundo. No son más las facilidades que se tienen para venir a Madrid, a la Comunidad de Madrid, que a cualquier destino turístico a nivel mundial. Por el contrario, creo que el problema fundamental es que en esta Comunidad –incluso no sé si en este país porque la ley que va a salir va a ser de ámbito estatal– no se quiere que aflore la economía sumergida, porque, señorías, poner puertas al campo es imposible. Los apartamentos turísticos realmente son algo que está floreciendo en nuestra Comunidad y en nuestra ciudad de una manera exagerada, y de lo que se trata es de aflorarlo, de hacer que contribuya fiscalmente, que tenga sus impuestos, porque son ingresos que tiene la Comunidad y que probablemente, si no fuera ese tipo de turismo, igual que el del hostel, o le ofreces lo que demanda o se irá a otro sitio, y no vale con cerrarlo. El alojamiento en apartamentos turísticos no puede tener precios desproporcionados como tienen hoy por hoy los, diríamos, oficiales, por llamarlos así. Eso no es coherente porque lo otro, que lo ves, que no tienes nada más que ir andando para ir viendo que están ahí, de lo que se trata es de que paguen su impuesto como cualquier otro tipo de actividad económica, que lo es, para que pueda funcionar.

Para terminar –ya hablaremos de nuevo cuando veamos el cumplimiento del presupuesto–, una reflexión en voz alta: espectáculos como el de Fitur entre la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid no se pueden volver a dar, señorías, de verdad. ¡Es que son ustedes del mismo partido! No se puede ver un pabellón de Ifema en el que parecía que la Comunidad de Madrid era el lazarrillo, el apéndice de tercera del Ayuntamiento de Madrid; no es posible. Hasta la publicidad, que es la ventana turística más importante, estaba atrasada en años. Hablaba de los consorcios de las ciudades con unos materiales antiquísimos. Esto no es posible. La industria turística de la Comunidad de Madrid tiene que aumentar porque es uno de los pocos sectores industriales que realmente crea riqueza y empleo a corto plazo, como en todos los países, y da la impresión de que –será por los recortes, será por lo que sea– no hay una concreción para que esto se lleve a la realidad.

Para concluir, voy a dar dos o tres cifras en las que coincidiremos –imagino– como son: la bajada de pasajeros con destino a Madrid de las compañías de bajo coste en mayo ha sido un 20 por ciento inferior a hace un año. La bajada del 2 por ciento del turismo internacional en el mes de abril, cuando en el resto del Estado estaba subiendo. Mientras que en todo el Estado de mayo –e ese mes en el que hemos dicho que se ha creado tanto empleo y tantas cosas en la Comunidad de Madrid, que hasta alguien habla de los brotes

verdes mientras- ha aumentado el empleo en un 0,1 por ciento, en la Comunidad de Madrid la destrucción de empleo ha sido de un 3,6 por ciento en el sector turístico.

Señorías, la situación en la que se está es lo suficientemente grave como para que desde la Dirección General -le ha tocado a usted, no está la Consejera- desde la Consejería se tomen esto bastante más en serio, porque no voy a entrar a valorar es un plan turístico como el que se nos ha presentado, que evidentemente habrá que desgranarlo, porque solo nos ha hecho anuncios; una vez que esté concretado es cuando podremos hablar de algo, incluida la visualización de las aves, que es lo primero de lo que nos habló la señora consejera Mariño en su presentación. Algún día veremos cuál es la realidad de ese tipo de turismo, hasta dónde llega y los valores que tiene, y como eso prácticamente todo.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Sanz, le ruego concluya.

El Sr. **SANZ ARRANZ**: Creo que se están perdiendo las oportunidades que generan las situaciones de crisis para marcar una estrategia en un sector tan importante como este, porque es en momentos de crisis, cuando está todo destruido, cuando se trata de construir y de conocer las líneas hacia donde queremos ir, y si nos equivocamos hacia dónde queremos disparar, seguro que no damos en la diana sino que le podemos dar a alguien que no es a quien quisiéramos. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Sanz. Señora Moya, tiene la palabra en representación del Grupo Parlamentario Socialista.

La Sra. **MOYA NIETO**: Gracias, señora Presidenta. Buenas tardes, señorías. Buenas tardes, señor Director. Bienvenido a esta Comisión. Quiero empezar diciendo que estamos hablando de comparecencias acumuladas. Usted se ha dedicado a hablarnos sobre el Plan de Turismo, lo cual está muy bien. Yo entiendo que pueda estar usted muy entusiasmado con el tema, pero a nosotros, al menos, no ha logrado trasladarnos o contagiarnos ese entusiasmo, esperemos que en el futuro pueda ser así. En todo caso, creo que su intervención de hoy ha sido una declaración de buenas intenciones de cara al futuro, y poco nos ha dicho usted sobre los objetivos concretos que se habían planteado al principio de la Legislatura en esta Cámara. Quiero recordar que en octubre de 2011 se produjo una primera comparecencia a estos efectos. Entonces era la directora general señora Alarcó. Me parece que se llama así; espero no equivocarme en su apellido. Tampoco es que dijera demasiado, pero sí anunció algunas medidas. Su comparecencia posterior, en noviembre del año pasado, vino a redundar en gran parte -como era lógico, al ser un Gobierno de continuidad- en lo ya expuesto por su antecesora en el cargo; pero -vuelvo a decir- hoy poco nos ha dicho usted de lo que se ha hecho en dos años, porque han pasado dos años desde el comienzo de esta Legislatura, y esa era una de las cuestiones que planteábamos concretamente: el grado de cumplimiento de los objetivos que se habían planteado.

Entre las medidas que se anunciaron en esta Cámara, tanto en 2011 como por parte de usted en 2012, había algunas específicas sobre la demanda. Por ejemplo, podría empezar por temas que yo no denominaría menores, pero, bueno, menos complicados: la puesta al día del sistema de calidad, el impulso de la actividad inspectora –fue otro de los compromisos que se adquirió en esta Comisión- o crear un sistema unificado de hojas de reclamaciones en toda la Comunidad de Madrid. ¿Cómo se ha avanzado en esto? No ha hecho usted ninguna referencia a estas actividades planteadas para la Legislatura.

En el presupuesto para 2012, no para 2013, se contemplaba una línea de actuación sobre la red de oficinas de información turística para su mantenimiento, para homogeneizarlas, para que los servicios que se ofrecieran en toda la Comunidad fueran similares, incluso para la ampliación de esa red. Nos gustaría saber qué se ha hecho en esta materia, si esta red efectivamente se ha incrementado y, si se ha actuado, en qué oficinas concretamente.

También se anunciaron algunos objetivos con una incidencia relevante para el sector y que quizás merecen un poco más de atención. Por ejemplo –en esto coincidían tanto la anterior Directora como usted-, el apoyo a las empresas en su actividad turística y la convocatoria de líneas de ayuda a las pymes con el fin de adaptarse a la nueva demanda e impulsar la actividad económica. Si es posible, nos gustaría que nos dijera cuántas subvenciones se dieron en 2012, si es que usted tiene los datos. Creo que lo normal sería que los tuviera, puesto que la comparecencia trata de esta gestión de los dos años anteriores. Le pregunto específicamente por 2012 porque no es necesario que le pregunte por 2013. Ya sabemos que esto ha desaparecido del presupuesto. Se acabó la ayuda a las pymes, en un momento de crisis económica. Parece que cuando la Administración tiene que apoyar más a esas empresas precisamente, que están en una crisis económica profunda, retiramos la ayuda de la Administración.

Se habló también de potenciar la colaboración con el sector privado y con otras instituciones; supongo que, lógicamente, ayuntamientos, Estado, etcétera. Nos gustaría conocer qué acciones concretas se han realizado para potenciar esta colaboración y cómo se plantea esa colaboración, por ejemplo, con los ayuntamientos, cuando también se han quedado sin las subvenciones correspondientes a 2013. Quiero recordar aquí que, respecto al año pasado, si no me falla la memoria, el presupuesto de su Dirección bajó un 42 por ciento aproximadamente, que no es ninguna tontería, para abordar la crisis económica en general y la crisis específica del sector turístico en Madrid en particular.

Otro objetivo que ustedes tenían era trabajar en la formación del sector. Usted se ha referido a la formación y dice que es una ventaja que Turismo comparta Dirección General con Empleo, dentro de la misma Consejería. Si es posible, nos gustaría que nos dijera qué acciones formativas se han realizado en lo que va de Legislatura y qué previsión hay para este año, si es que hay alguna; porque también es cierto que, por ejemplo, la formación no cofinanciada, la específica que viene en la Dirección General, también ha

desaparecido. Esa es la dura realidad con la que nos enfrentamos en los presupuestos. Uno podrá tener muy buenas intenciones, pero la realidad es que no hay dinero para hacer absolutamente nada. La verdad es que no tiene usted un buen papel, muchas oportunidades de lucirse en su gestión, pero espero que nos diga qué ha podido conseguir con estos medios económicos que tiene a su disposición.

Se hablaba también de la creación de un inventario de la oferta turística por productos turísticos; se habló de productos turísticos ya consolidados, de los que se ha hablado aquí, como el cultural, el de negocios, el gastronómico, y se hablaba de otros productos nuevos, como el de la naturaleza -que a este se ha referido usted-, y había otros dos a los que no se ha referido, uno era el deportivo y otro era el turismo sanitario. No le he oído hacer a usted referencia al turismo sanitario, pero sí se ha hecho en esta Cámara, y lo hemos oído en varias ocasiones ya como uno de los nichos turísticos a los que se refieren, como el turismo sanitario.

Lo que yo le pediría, señor Director, es que nos explicara qué significa esto del turismo sanitario, porque estamos un poco confusos, sobre todo porque, tal y como está la sanidad en Madrid, se nos disparan todas las alarmas que se pueden disparar. A nadie se le oculta, se está diciendo en estos días, que la empresa HIMA, de San Pablo de Puerto Rico, ha dicho públicamente que su intención es hacer negocio con hospitales públicos para el turismo sanitario -eso lo hemos leído hace un día o dos en los medios-. Esta empresa lo ha dicho abiertamente, las otras seguramente no lo dicen abiertamente porque son mucho más cautas, más prudentes y no lo dicen, pero probablemente están en la misma línea.

Nosotros le preguntamos, señor Director: ¿ustedes van a apoyar este tipo de turismo sanitario? ¿Quiere decir que están ustedes de acuerdo con el planteamiento de esta empresa puertorriqueña que quiere quedarse con hospitales madrileños para hacer negocio con turismo sanitario? ¿Que van ustedes a potenciar y promocionar turísticamente, como Administración, que los hospitales construidos con dinero de todos para dar cobertura a los usuarios del sistema público sirvan para atender a extranjeros adinerados? ¡Hombre!, yo creo que esto sería gravísimo. Por eso queremos conocer si siguen ustedes manteniendo ese objetivo de promoción del turismo sanitario y, si es así, si se refieren a este tipo de turismo sanitario o se refieren a otro tipo de turismo sanitario que desconocemos. Yo creo que sería importante que usted nos explicara de qué va esto.

Pasando a otro tema, en la memoria de objetivos del presupuesto para el año 2013 aparecía que estaba prevista la tramitación en este año de una nueva ley reguladora del turismo de la Comunidad de Madrid, con el fin de eliminar trabas administrativas -expresión que siempre nos preocupa porque eso significa que detrás viene la ley de la selva, como ha pasado con la Ley de Patrimonio Histórico-. Eso decían ustedes en la memoria de presupuestos, porque querían eliminar esto que ustedes llaman trabas y poner en marcha el sistema de declaraciones responsables, etcétera.

También se decía en esa memoria que querían regular con esta ley las nuevas formas de alojamiento turístico que ahora no tienen amparo legal -le estoy citando textualmente la memoria del presupuesto-, y le pregunto sobre ello: ¿Se va a presentar este proyecto de ley en esta Cámara este año, o no se va a presentar?

Nos avanzó usted en el mes de abril, cuando estuvo también en esta Comisión, dijo textualmente que en un mes estaría preparado el reglamento de albergues. ¿Cómo está ese reglamento? ¿Se ha elaborado? ¿No se ha elaborado? Porque yo no dudo de su palabra, pero la experiencia nos dice que los días en esta Cámara se convierten en meses, los meses se convierten en años, y los años, en lustros, etcétera. Simplemente, por aclararlo.

Queríamos saber si se ha avanzado algo en el asunto de los alojamientos ilegales o legales, como queramos denominarlos. Nos gustaría conocer cuál es su planteamiento en estos momentos, porque en el año 2011 mi Grupo Parlamentario presentó una proposición no de ley para regular precisamente esto: las viviendas de uso turístico; proposición no de ley que se rechazó entonces por el Grupo Popular, con el argumento de que entonces no era el momento, y parecía ser que no era un asunto prioritario para el turismo madrileño. Tengo que decirle que en abril tampoco le vi a usted muy decidido a abordar este asunto; asunto que, por ejemplo, tengo entendido que está abordado y regulado en Cataluña. A lo mejor tiene esto algo que ver con que el turismo vaya mejor en Cataluña. Esto nos debería hacer reflexionar. No lo sé, lo dejo ahí como reflexión.

Parece que había un problema con la Ley de Arrendamientos Urbanos, que si no está solucionado lo estará en breve; espero que nos lo aclare. Una vez que este problema que había haya desaparecido, ¿qué planteamiento tiene usted respecto a esta cuestión? No sé si será prioritaria para ustedes, pero me parece que es prioritaria para los empresarios del sector hotelero. Estamos hablando realmente de una economía sumergida; es una competencia desleal y está teniendo consecuencias graves. Los datos que he visto indican que el sector ingresa aproximadamente un 30 por ciento menos de lo que debería por esta competencia desleal. Se estima, además, que es superior la pernoctación en alojamientos no reglados que en los que sí se ajustan a la ley y que en Madrid, concretamente, estos alojamientos crecieron en torno al 11 por ciento. No sé si estas cifras son reales o no porque, sobre todo, tratándose de economía sumergida, supongo que son datos estimativos, pero en todo caso son datos lo suficientemente preocupantes como para que se tomen cartas en el asunto. En todo caso, lo que sí sabemos es que no basta con preocuparse por el problema, como decía la señora consejera Mariño; hay que preocuparse pero además hay que actuar. Hace falta algo más, y creo que el sector está necesitando que se actúe de una manera rápida y contundente.

Se marcaba usted en su comparecencia aquí un trabajo concreto para los próximos meses, y cito textualmente: creación de empresas turísticas, generación de empleo e incrementar la estancia en Madrid.

Nos gustaría que nos diera datos concretos sobre qué logros ha tenido usted con estos trabajos, en qué fase están y todo lo que considere oportuno porque, desde luego, nos parece que los datos sobre la afluencia de turistas a nuestra Comunidad no indican una mejora sino exactamente lo contrario. Usted ha intentado ocultar los datos haciendo comparaciones con la afluencia de turismo, refiriéndose al año 2003. Pues todos sabemos que todos podemos ser muy hábiles cuando queremos manipulando cifras y llevándolas a nuestro terreno. En todo caso, esa no es una buena forma de abordar el problema; ocultar los datos reales no es una buena forma de abordar el problema; esconder la cabeza no nos va a llevar nunca a solucionarlo.

El Gobierno regional afirmaba que el año 2012 había sido un buen año para el turismo, y lo cierto es que no es así. En el año 2012 el número de turistas descendió; el número de turistas extranjeros descendió también un 7,6 por ciento; las pernoctaciones también bajaron un 6,1 por ciento, según los datos de los que disponemos. Fíjese que hasta los empresarios hoteleros, que creo que son poco sospechosos de ser peligrosos bolcheviques, han desmentido que el año 2012 fuera un buen año para el turismo en Madrid; por lo tanto, creo que tanto los datos como el sector coinciden en estas cifras y coinciden en que estamos en estos momentos ante una de las mayores contracciones de la historia en cuanto al flujo turístico en la Comunidad de Madrid. Y lo grave es que los datos del primer trimestre de este año tampoco son muy alentadores. Yo he visto un informe de Exceltur en el que se dice que las pernoctaciones en Madrid bajan un 14,4 por ciento en el primer trimestre de este año, respecto al año 2012. Es una cifra muy preocupante, señor Director General; muy preocupante. Yo le pregunto qué van a hacer ustedes para cambiar este modelo, que está basado en estancias de muy corta duración y con un bajísimo grado de ocupación y que lógicamente están más sujetas a las fluctuaciones del mercado en función de que vaya mejor o peor el momento económico.

Desde luego, señor Director General, creo que si Madrid quiere ser competitivo con otros mercados, hay que actuar de una manera decidida desde la Administración. A nadie se nos escapa que la crisis económica afecta al sector, pero desde luego también afecta la falta de implicación y la falta de apoyo de la Administración. Usted hablaba del problema de las "puntocom", al que se ha referido también el portavoz de Izquierda Unida. Yo le preguntaría: ¿qué esfuerzo están haciendo ustedes desde la Administración para que Madrid aparezca en buenas posiciones en esos buscadores, en esos grandes buscadores? ¿Están haciendo ustedes un esfuerzo en ese sentido? Me gustaría saberlo; no creo que sea ese el problema, pero habrá que adaptarse a esos nuevos modos, a esos nuevos sistemas, a esas nuevas tecnologías, pero no creo que ese sea el problema. Para eso está la Administración, para intentar abordar los nuevos retos que se plantean.

Es preocupante que en todas las intervenciones que se han realizado por los responsables de Turismo, siempre aparece el término prioridad; siempre se dice que el turismo es una prioridad para la Comunidad de Madrid por su relevancia económica, por el número de personas que emplea, etcétera, lo cual es una realidad, pero esto de la prioridad es pura teoría. Prueba de ello es el presupuesto de su Dirección

General; ya le he dado los datos respecto al último año y en lo que va de Legislatura supera el 60 por ciento; el descenso del presupuesto para Turismo es más de un 60 por ciento en lo que va de Legislatura, que se dice pronto.

Otra prueba de ello, de que no es una prioridad, es que el montante económico destinado a la promoción turística, que en su momento iba destinado a la eliminada sociedad pública Turismo Madrid, ha descendido de los 12 millones del año 2011 a 450.000 euros para el año 2013, a través de la Asociación Plataforma Turística de Madrid, esta de carácter mixto público-privado, que al parecer va a funcionar como sustituta de la sociedad pública o al menos así se nos planteó. Yo creo que, al margen de que estemos de acuerdo o no –no vamos a entrar en ese debate–, lo que alarma es que todavía no haya –yo he visto la ejecución presupuestaria de este año 2013– ni una sola obligación reconocida en esa partida para el trabajo de esta plataforma. Estamos en junio, ¿es que no tiene previsto la Dirección General hacer ningún gasto de promoción? ¿Cuándo lo va a hacer? ¿A final de año para cargarlo a otro presupuesto y tal? No parece muy sensato que a mitad de año no haya ni un euro comprometido en materia de promoción turística, al menos que aparezca en los datos presupuestarios suministrados por el propio Gobierno regional a los Grupos Parlamentarios; a lo mejor estoy equivocada, pero los datos que tenemos son esos.

Me preocupa que, ante los malos datos de Madrid, usted eche la culpa a las manifestaciones en Madrid. Hombre, me parece muy fuerte. Yo creo que el problema que hay en este país es tan grave que tendríamos que estar preocupándonos por las causas de esas manifestaciones más que por las manifestaciones, porque estamos cargándonos un estado del bienestar, lo que está motivando esas manifestaciones y precisamente cargarse eso es lo que está influyendo en que descienda el turismo, en la crisis económica que tiene este país, de la que parece que no vamos a salir. Por tanto, el turismo está afectado por las políticas de la Comunidad de Madrid y del Estado, pero no por los manifestantes, que ejercen su derecho constitucional a expresar su opinión.

Voy a decir más, siguiendo con las prioridades: la propia Asociación de Hosteleros de Madrid se ha negado a firmar este denominado plan de turismo, que yo no sé si es un plan o es un memorando; no lo sé, porque lo que conocemos lo conocemos por los medios de comunicación. Parece ser que no tienen ustedes demasiada credibilidad, ¿no? Conocemos lo que usted nos ha estado contando hoy aquí, pero, no sé, yo creo que un plan debe tener unos objetivos, unas medidas, unos plazos de ejecución, unos sistemas de evaluación para ver cómo funciona... Y son contenidos mínimos para que pueda denominarse plan, si no, será otra cosa, pero, desde luego, no un plan y, además, debe tener algo muy importante: dotación económica suficiente. Si no tiene eso, es papel mojado, y usted lo sabe, señor Director; esa es la realidad.

Le decía que los propios hoteleros de Madrid no se creen que la Comunidad de Madrid vaya a trabajar ciñéndose a los antecedentes que tiene el propio Gobierno regional, que vaya a trabajar en beneficio

del turismo en esta Comunidad. Y, refiriéndome al plan, los datos que yo tenía eran que iba a haber dos ejes: el de las ciudades legado, que habrá que ver cuándo se pone en marcha; nada que objetar, pero habrá que ver cómo se plasma eso en el futuro y si realmente se lleva a cabo porque estamos siempre llenos de buenas intenciones y de anuncios, de muchos anuncios y mucho márketing, pero luego llega la realidad y las cosas no existen. Ojalá nos equivoquemos en este caso. Y ha hablado usted del turismo de naturaleza basado fundamentalmente –aparte de que ha hablado de zonas– en el parque nacional de Guadarrama, que lógicamente puede ser un recurso importante. El problema que tenemos con el parque nacional de Guadarrama es que su declaración como tal no va acompañada de la más mínima asignación económica de ningún tipo para el mantenimiento del parque, ni por parte del Estado ni lógicamente por parte de la Comunidad. Nos preocupa ver de dónde saldrán esos recursos porque, lógicamente, la utilización turística de ese parque puede afectar al medio natural. Desde luego, nosotros estamos a favor de compatibilizar la conservación y protección del parque con una actividad turística pero, desde luego, muy controlada y sin que llegue en ningún momento a degradarse ese espacio porque, si acabamos degradando ese espacio, lo que haremos es que económicamente solo sea pan para hoy y hambre para mañana, como se dice vulgarmente.

Hay una cosa que me preocupa: no sé si tienen ustedes claro la transversalidad que tiene la actividad turística y los factores que influyen e inciden en ella. Da la impresión de que no creen ustedes en el liderazgo público de las políticas turísticas, y creo que por eso no hay un apoyo decidido de la Comunidad al sector, y yo creo que este liderazgo público es fundamental para que haya una coordinación entre las distintas Consejerías, incluso entre direcciones de la propia Consejería, por la incidencia, como le decía de las distintas políticas en lo que es el atractivo turístico de la región o lo que puede ser esa marca Madrid, por denominarla de alguna manera. Por ejemplo, usted ha hablado, de que las actividades culturales sean atractivas, debido a la crisis económica hay importante recortes, pero estos recortes no afectan tanto a la protección medioambiental que debe preservar las señas de identidad del territorio, y esto es fundamental también para atraer el turismo.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señora Moya, le ruego que termine.

La Sra. **MOYA NIETO**: Dos minutos, señora Presidenta.

La Sra. **PRESIDENTA**: La mitad.

La Sra. **MOYA NIETO**: Usted me hablaba del avistamiento de aves. Y yo le voy a poner un ejemplo de falta de coordinación. La laguna de San Juan, en el término municipal de Chinchón –supongo que la conocerá–, es un humedal protegido, declarado refugio de fauna, y una de las mayores reservas de aves de Europa de todo tipo. Supongo que es un recurso turístico de naturaleza importante, ¿Sabe cómo está esa laguna? Invasión por asentamientos ilegales de familias que salen de la Cañada Real. Así está esa zona que

puede ser un recurso fundamental. ¿No le parece a usted que sería bueno que, si ustedes quieren promocionar ese turismo, les dieran un toque a las Consejerías responsables de esto para que tomaran cartas en el asunto? De eso se trata el liderazgo político, señor Director, y eso es lo que yo creo que está fallando en esta Comunidad. Creo, desde luego, que si no existe esta coordinación y este esfuerzo común entre los distintos ayuntamientos, y muy especialmente –y ya se han referido a ello aquí– con el Ayuntamiento de Madrid, difícilmente lograremos mejorar ese sector, igual que es fundamental ese liderazgo para la colaboración con otras comunidades y con el Estado. Sin ello, es muy difícil, como le decía, que se produzcan mejoras y cambios que, desde luego, son necesarios para poder ser mínimamente competitivos con otros mercados. Yo creo que ustedes no están ejerciendo ese liderazgo; lo ejercen en la teoría, pero no en la práctica; y, como ya le he dicho, sirve para bonitos titulares y poco más.

Termino ya, señora Presidenta. Señor Director, quiero decirle, lo sabe, que es usted responsable en una gran parte del funcionamiento y evolución de un sector económico, que todos coincidimos en que es importante por la riqueza que genera y que puede generar, por el número de personas que emplea y por su repercusión o famoso efecto multiplicador al que siempre nos referimos todos, sobre otros sectores de la economía. Pero, como dice el Presidente de la Asociación de Hoteleros de Madrid, el turismo no funciona por casualidad, como creen curiosamente algunos políticos españoles. Me ha llamado la atención esta afirmación, nosotros no nos damos por aludidos, no sé si usted se dará por aludido, pero eso es lo que dice el Presidente de los hoteleros madrileños. Por tanto, le pido, señor Director, que se pongan a trabajar en serio, planteen un proyecto turístico realista y coherente y con medios económicos suficientes, cosa que es fundamental, y trabajen en coordinación con las instituciones y empresas del sector. Le vuelvo a decir: solo así será posible que Madrid empiece a mejorar en estos datos y en estas cifras que nos preocupan enormemente a todos. Nada más y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. En representación del Grupo Parlamentario Popular tiene la palabra el señor González Jiménez.

El Sr. **GONZÁLEZ JIMENEZ**: Muchas gracias, señora Presidenta. Señorías, señor Director General, muy buenas tardes. Bienvenido de nuevo a esta Comisión, señor Director General, para hablarnos de por dónde van los trabajos que desde la iniciativa del Gobierno regional se están desarrollando en el área de su competencia en la Comunidad de Madrid. Quiero empezar dando algunos datos para poner de manifiesto cuál es la realidad de la situación madrileña, cuál es la relación del turismo respecto a esa situación y que muchos de esos datos no coinciden con esa imagen negativa y catastrofista que algunos de los portavoces de los Grupos han dado sobre lo que representa el turismo de Madrid.

No es por casualidad, ni es un dato que nos inventemos –se puede contrastar– que el turismo en la Comunidad de Madrid siga representando el 6,3 por ciento del producto interior bruto regional. No es

cuestión de ocultar que en 2012 fuimos la tercera comunidad autónoma con más visitantes, por detrás de Cataluña. Es cierto -somos conscientes de ello- que ha bajado el número de pernoctaciones, al igual que ha bajado en el resto de destinos turísticos, pero no es menos cierto que ha aumentado el gasto medio por turista en la Comunidad de Madrid, siendo el destino turístico en el que más gastan los turistas que llegan.

Luego seguiré recordando algunos datos, pero me gustaría contestar a algunas de las afirmaciones que se hacen por parte de los Grupos, sobre todo respecto a la comparación entre el destino turístico Madrid y el destino turístico Cataluña. ¡Hombre!, decir que el destino turístico Cataluña, desde hace poco tiempo, se ha convertido en el primer destino turístico creo que es falsear la realidad. Todos somos conscientes de que Barcelona, Cataluña, despegó en 1992, cuando se consigue una promoción importante del destino Cataluña, del destino turístico Barcelona, por la celebración de las Olimpiadas. Por cierto, me gustaría abrir aquí un paréntesis. Me habría gustado que alguno de los tres intervinientes, representantes de los Grupos políticos, hubiera hecho alguna manifestación de apoyo al Madrid 2020, que va a suponer una apuesta importante por el turismo, sobre todo en cuanto al deporte, como se ha apuntado por parte de algunos. No se ha apoyado de forma manifiesta esa candidatura de Madrid. Nos habría gustado que, ya que el señor Gómez no lo hace, la portavoz del Partido Socialista, la señora Moya, nos hubiera dicho claramente cuál es la postura del Partido Socialista respecto a la posible celebración de las Olimpiadas en 2020. (La Sra. **MOYA NIETO**: *Lo ha dicho Lissavetzky*.) Sí, pero me gustaría que no solo lo dijera Lissavetzky sino que lo dijera Gómez o que lo dijeran juntos; quizá el problema que hay es que esa dualidad de portavocías y de mensajes puede confundir a la opinión pública. Nos gustaría que una sola voz, desde el socialismo madrileño, nos dijera claramente cuál es la postura respecto a la celebración de las Olimpiadas en 2020. Eso, que para Barcelona y para Cataluña supuso un punto de inflexión y dar el paso cualitativo para que Barcelona y Cataluña se convirtieran en un destino turístico de primer orden, estamos convencidos de que también va a suponer el mismo empuje, el mismo cambio y el mismo punto de inflexión para la Comunidad de Madrid y para el Ayuntamiento de Madrid.

Tampoco podemos olvidar que una de las características que tiene el destino Cataluña que no tiene Madrid es el gran número de personas que llegan a diario en el turismo de cruceros. Por mucho que queramos hacer en Madrid ese turismo, no vamos a poder conseguirlo. Estamos hablando de que diariamente de media llegan a Barcelona en torno a los 7.500 turistas, solo a Barcelona, en turismo de cruceros. Tampoco podemos obviar la cercanía que tiene Cataluña a la frontera francesa, siendo Francia uno de nuestros principales visitantes. Eso es algo que, por mucho que queramos, no vamos a poder solucionar en corto tiempo.

Madrid ha hecho un esfuerzo considerable en los últimos años para contrarrestar y para compensar aquellos sectores en los que el turismo y la oferta eran deficitarios, hasta conseguir colocarse en el primer puesto del "ranking", por ejemplo, en turismo de negocios. No ocultemos que hace unos años eran Barcelona y Cataluña el primer destino turístico en el sector de negocios. Gracias a la apuesta por reforzar el destino de

ferias que se hizo en Madrid, desde el Ayuntamiento y desde la Comunidad, Madrid le quitó ese puesto a Cataluña, a Barcelona, cosa que no vamos a poder hacer con el turismo de cruceros, por mucho que nos empeñemos. ¿Por qué? Porque estos datos, aun siendo en época de crisis no tan halagüeños y no tan positivos como nos gustaría, como decía la señora Moya, no llegan por casualidad; se dan porque se han tomado medidas e iniciativas para ir poniendo en valor y para ir compensando aquellos déficits que teníamos en materia turística.

Tenemos que decir con satisfacción que otro de los sectores por el que se ha apostado fuertemente en el turismo ha sido el de negocios y el de compras. Madrid, en los últimos años, se ha consolidado y ha mejorado su oferta de turismo de compras. Claro que me gustaría –felicitó al Director por ese objetivo– aproximarnos lo máximo posible a Milán y a París; con que nos quedáramos un poquito por detrás, me conformaría, aunque si les pasamos, mucho mejor. También tenemos que decir que la política que se ha seguido en la Comunidad de Madrid en materia comercial ha sido importante. No nos olvidemos de ello. Claro, porque ahora no queremos remontarnos unos poquitos años atrás, pero creo que las cosas no hay que analizarlas solo respecto a la actualidad, sino también en cuanto a las medidas que se han ido tomando en los últimos años para llegar a donde estamos ahora. ¿Ya no nos acordamos de todos aquellos planes que se hicieron desde la Dirección General de Comercio para la modernización del comercio, los planes Fico, que tan buenos resultados dieron? Se hicieron cuando había que hacerlos. Cuando la situación económica era favorable, desde el Gobierno de la Comunidad de Madrid se invirtió una gran cantidad de presupuesto para poner al día la oferta comercial de la Comunidad de Madrid.

No vamos a ocultar que la última apuesta que se ha hecho desde el Gobierno regional en materia comercial con esa liberalización de los horarios ha dado frutos y resultados; y no lo decimos nosotros; los últimos datos nos dicen que en los tres trimestres de vigencia que lleva la ley se han generado 10.200 nuevos empleos en comercio. ¡Ojo!, en comercio, en los últimos tres meses no se ha destruido empleo; se ha destruido en el resto de sectores, pero qué casualidad que en el comercio han sido 10.200 nuevos empleos. Algo tendrá y algo habrá hecho esa Ley de Liberalización del Comercio. Son datos objetivos que nosotros no nos inventamos.

Por lo tanto, también tenemos que decir, frente a esa imagen negativa que trasladaba el señor Sanz de lo que es el turismo en la Comunidad de Madrid, que es cierto que se han reducido algunos servicios en el Ayuntamiento de Madrid y en muchos otros, pero en materia de limpieza tenemos que decir que, afortunadamente, las zonas turísticas siguen estando limpias, más que el resto –es algo evidente– y que la oferta de Madrid sigue estando por delante del resto de las ofertas; además, de esas 139.300 plazas, repartidas en 1.802 hoteles, más de dos tercios –parte importante– son de cuatro y cinco estrellas. Cuando los turistas salen de Madrid, en las encuestas de satisfacción siguen dando al destino Madrid una nota de 8,6

sobre 10. Eso es lo que usted pretendía cuando decía que la imagen... Que se van porque les maltratamos -poco más le ha faltado decir a usted- porque les recibimos entre basura, y poco más que les apedreamos y no les tratamos con cariño. Pues, mire usted, cuando salen de Madrid, sobre 10, un 8,6 por ciento; casi el sobresaliente. Yo creo que son resultados positivos, y que tenemos que tener en cuenta.

También, hablando de empleo, el año 2012, dentro de lo que es el sector turístico en el territorio nacional, la menor tasa de desempleo, el 12,37 por ciento, la tiene la Comunidad de Madrid con respecto al resto de Comunidades.

En definitiva, yo creo que, si bien la situación es difícil, y sobre todo en tiempos de crisis -lo decía el Director-, en una situación de crisis, de las primeras cosas que se reducen dentro de las economías familias son los días o el gasto medio cada vez que salimos de turismo, pero, aun así, yo creo que los datos, sin tirar cohetes, son positivos, son favorables y, sobre todo, lo que es más positivo es que, atendiendo a eso, el Gobierno de la Comunidad, con la Dirección General a la cabeza, lo que ha hecho ha sido un análisis en profundidad de cuál es la situación. Él ha dicho en su primera intervención que había que ver cuáles eran nuestros puntos fuertes, dónde podíamos tener algunas deficiencias y, sobre todo, tratar de compensar aquellas deficiencias, apostar por aquellos sectores turísticos que son importantes, compensando con otras ofertas, sobre todo haciendo partícipe a todo aquel que tiene algo que aportar en materia turística. Por eso, esa firma con más de 40 asociaciones y entidades. Es cierto que hay alguna otra que, sus motivos tendrá, no ha querido firmar, pero mayoritariamente, todas aquellas entidades y sectores, empresas públicas y privadas que tienen algo que decir en materia turística han firmado junto con el Gobierno de la Comunidad de Madrid ese proyecto, ese plan para seguir haciendo del turismo en la Comunidad de Madrid uno de los referentes y uno de los puntos de generación de riqueza y empleo.

También tenemos que felicitarle porque, en esa implicación y en ese contar con todos, se haya dado un protagonismo a todos los ayuntamientos de la Comunidad de Madrid, siendo conscientes de que el peso lo tiene el Ayuntamiento de la capital, porque ofrece prácticamente el 90 por ciento de la oferta turística. Creo que es importante que esa oferta que representa Madrid se compense muy bien con el resto de ofertas que vienen tanto de los pueblos pequeños como de los pueblos grandes por el turismo gastronómico, el turismo verde, el avistamiento de aves y todas aquellas otras iniciativas que se han puesto en común en ese plan ya que va a significar completar, engrandecer y enriquecer la oferta turística que representa Madrid.

Para finalizar, se ha hablado de turismo sanitario. Creo que, a estas alturas, seguir frivolisando con el turismo sanitario es como cuando algún compañero suyo, señora Moya, decía que para entrar en los hospitales públicos iba a haber que entrar con tarjeta. Usted sabe perfectamente que no se entra con tarjeta de crédito, como ustedes decían; que la única forma de entrar a la sanidad pública es con la tarjeta sanitaria que tenemos todos los españoles, el resto no vale. Pero usted no me va a engañar; no se ha caído usted de

un guindo ni es nueva, y sabe perfectamente que en Madrid capital está la inmensa mayoría de hospitales privados, clínicas privadas, donde se dan todo tipo de tratamientos: estéticos, sanitarios. Eso es lo que se pretendía potenciar y poner en valor. No estamos hablando ni mucho menos de eso –y usted lo sabe-, y me parece, cuando menos, una frivolidad por su parte pretender confundir diciendo que el turismo sanitario es utilizar la sanidad pública para dar tratamiento sanitario a personas extranjeras con poder adquisitivo alto. Usted sabe perfectamente que no es eso de lo que se está hablando, y me parece –y perdone si la ofendo- una frivolidad tratar de confundir unas cosas con otras.

En definitiva, coincido con los tres portavoces en que la situación que tiene el Director General no es fácil. En momentos de dificultad económica como este hay que agudizar el ingenio. Las cosas no pasan por casualidad pero sí por causalidad, y esa causalidad es la que está haciendo a la Comunidad de Madrid trabajar seriamente y ser capaz de aunar esfuerzos y presentarnos un proyecto con casi 30 medidas que van a suponer un revulsivo y un incentivo para la difícil situación económica de la Comunidad de Madrid en general, y en concreto del turismo.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor portavoz. Uniéndome a la dificultad, le voy a añadir al Director General de Turismo una más, y es que dispone de diez minutos para contestar a todo lo que se le ha planteado.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Castillo Dolagaray): Gracias. Señor González, efectivamente, el presupuesto es bajo y, por tanto, hay que buscar sinergias; hay que buscar sinergias con otras instituciones y con el sector privado. En cuanto a instituciones, hemos hablado del Ayuntamiento, hemos hablado de Turespaña. A ustedes les han chocado las declaraciones de Ana Botella con Hilario Alfaro estos días; nosotros llevamos hablando de sinergias desde que yo entré hace un año y pico. Las sinergias se han demostrado en las actuaciones conjuntas que hemos llevamos a cabo desde Fitur ya en dos ocasiones. Yo no comparto con usted que nuestra zona fuera cutre. Creo que estaba a un magnífico nivel, lo que pasa es que nos dividimos el trabajo. Nosotros miramos más fuera de la capital, con independencia de que los teatros y los espectáculos estuvieran en los dos, y ellos se centraron más en la capital y en la candidatura Madrid 2020. No creo que hubiera hermano rico y hermano pobre para nada; ahí discrepo de su opinión.

En lo que se refiere a otras actuaciones, recientemente hemos hecho el congreso de Natalie Tours, los turoperadores rusos; hemos hecho un vídeo con British Airways en el mes de julio; en el comité de rutas aéreas estamos potenciando rutas tanto de países emergentes como consolidados, y entre los emergentes podríamos hablar de Ethiopian Airlines, las líneas aéreas etíopes, o de Air India, de los países consolidados.

Respondiendo a la pregunta que han hecho varios de ustedes en lo que se refiere a países escandinavos, estamos llevando a cabo una promoción muy fuerte con ellos. Hemos llegado a un acuerdo

verbal con Norwegian Airlines a través del cual ponen base en Madrid en la primavera del año que viene, de corto radio, y de largo radio en el año 2015, dentro de un programa de expansión gigantesco que tienen, en el que compran 200 aviones y se constituyen como compañía de "low cost" en toda Europa. Esta es una negociación que hemos llevado con AENA y con el Ayuntamiento de Madrid. Ahora estamos un poco poniendo las bases para dar a conocer a Norwegian en Madrid y dar a conocer el producto Madrid en aquellos países escandinavos en los que está más flojo, en concreto, en este caso, en Dinamarca. Por tanto, iya lo creo que estamos haciendo acciones concretas! Por ejemplo, vamos a hacer una promoción muy fuerte en Helsinki para promocionar Arco, nuestra feria de arte contemporáneo. Estoy hablando de países escandinavos, según voy recordando las acciones que realizamos, pero claro que los tenemos en cuenta! Ya sé que los porcentajes son pocos, pero los porcentajes son altos si son de alto poder adquisitivo. El producto box, lo que les he contado antes, está claramente dirigido a ellos y es una cosa que indirectamente nos pidió –es fácil recordarlo- el señor Bjorn, que es el dueño de Norwegian Airlines –Bjorn, como Björn Borg, por eso digo que es bien fácil recordarlo-.

En lo que se refiere a legislación, que es otro eje que también han comentado varios de ustedes, el proyecto de albergues que han nacido con el nombre de hostel va a preparatoria el día 17 de junio, a Consejo de Gobierno el jueves siguiente al lunes 17 y después al Consejo Consultivo. Esperamos tenerlo ya en vigor durante el mes de julio.

En relación a la oferta de apartamentos y viviendas turísticas, estamos en profunda coordinación con el sector de alojamiento para, a través de un decreto, desarrollar las viviendas de uso turístico y los apartamentos turísticos. Las viviendas no están reguladas en la ley y los apartamentos están mencionados pero no desarrollados; por tanto, se podría tratar de una oferta, en un caso, ilegal y, en el otro, alegal. Vamos a hacer un decreto que regule las dos y que solucione el problema del sector. Eso lo tenemos ya en forma de borrador; de hecho, ya estamos haciendo consultas a nivel de asesoría jurídica y lo vamos a sacar ya a la luz para su recorrido por todo el sector espero que antes del mes de agosto. Por tanto, aun con todos estos retrasos administrativos –que ha mencionado usted, señor Fabo-, que prolongan los procedimientos y tal, espero conseguir tenerlo antes de final de año.

En cuanto al tema de las huelgas, quizás me han entendido mal. Yo soy un profundo demócrata y defensor del derecho de huelga; otra cosa es que las manifestaciones en Barcelona no se hacen nunca en la Sagrada Familia, ni en París se hacen en el Louvre o en La Madeleine... (El Sr. **SANZ ARRANZ**: *Se hacen en la Bastilla*.) En la Bastilla, pero ¿cuándo fueron en la Bastilla? (El Sr. **SANZ ARRANZ**: *Muchas veces*.) En la place Vendome raramente se hacen, que es la zona del Congreso.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Director General y señor portavoz, les ruego que no dialoguen entre sí.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Castillo Dolagaray): Señor Sanz, en Londres, no se hacen en Piccadilly. Mucho se cuidan nuestros rivales en hacerlas. Yo lo que simplemente digo es que, por favor, se hagan en otro lado. Se pueden hacer perfectamente, hablando de casos concretos, de Colón hacia arriba y no de Colón hacia Cibeles porque cae en plena almendra turística. Simplemente eso. Soy un profundo defensor del derecho a la huelga y del derecho a manifestarse. ¡Por Dios, no mezclemos una cosa con la otra!

En lo que se refiere al turismo de compras, probablemente mi entusiasmo me haya llevado a una exageración no pretendo desgraciadamente empatar con Milán a corto plazo, pero sí ir generando un proyecto de Madrid como destino de compras.

En cuanto a colaboraciones, ahora estamos firmando un convenio de colaboración, por ejemplo, con las Rozas Village para hacer conjuntamente toda su campaña de verano, ya saben que las Rozas Village es una multinacional a nivel europeo muy fuerte que tiene un desarrollo fortísimo aquí en nuestra Comunidad de Madrid.

En cuanto a Eurovegas y Juegos Olímpicos. Tengo que decir que tengo una ilusión desmedida en que los Juegos Olímpicos se celebren en Madrid en 2020, y que ello se conozca el 7 de septiembre. Yo si fuera el señor Adelson, y soy mucho más tonto que él, probablemente lo que haría es hacer "lobby" para que nos dieran los Juegos Olímpicos e inaugurar al mismo tiempo una fase de Eurovegas en el mes de julio del año 2020, vamos a ver si conseguimos que eso sea así y así cumpliríamos unos objetivos turísticos que cambiarían radicalmente el escenario de la Comunidad de Madrid. En cualquier caso, si conseguimos los Juegos Olímpicos el 7 de septiembre, se empezará a hablar de Madrid y será una repercusión altamente positiva para el sector turístico.

Señor Sanz, en cuanto a su comentario sobre si vamos a hacer Eurovegas o cicloturismo, tengo que decir que son dos cosas distintas. Vamos a poner cada actividad en su sitio.

Me preguntaban sobre qué otras actuaciones vamos a realizar aparte del turismo nórdico. Hablaban también de Lisboa. En el mes de septiembre tenemos un concurso en la televisión pública portuguesa, que está conexión con Brasil a través del canal portugués internacional, para que durante mes de hable constantemente, en "prime time", de Madrid y después se haga un viaje a Madrid con una cámara doméstica y se filme cómo han pasado los concursantes las vacaciones en Madrid. Ha tenido un éxito tremendo el que se va a hacer en Marbella y nos lo ha propuesto Antonio Nieto para hacerlo durante el mes de septiembre en Madrid. Por tanto, en mercados que no hemos considerados prioritarios, se están haciendo acciones puntuales que creo que pueden tener una repercusión importante.

En cualquier caso, ya que tenemos el Plan de Turismo, que vamos a colgar en la web la próxima semana, estaré encantado de facilitarles y resolverles todas las dudas que puedan tener, porque creo que es

un plan dinámico, creo que es un buen plan, que va a ser altamente beneficioso para la Comunidad de Madrid en el periodo 2013-2015. Nada más, y muchas gracias, señora Presidenta.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Director General. Se ha ajustado usted perfectamente a los diez minutos que le ofrecía esta Presidencia para contestar a los temas que considerará de su interés. Terminado este punto, pasamos al siguiente punto del orden del día.

RUEGOS Y PREGUNTAS.

¿Hay algún ruego o pregunta que formular a la Mesa? (*Denegaciones.*) No habiendo ruegos ni preguntas, se levanta la sesión.

(Eran las dieciocho horas y treinta y nueve minutos.)

SECRETARÍA GENERAL DIRECCIÓN DE GESTIÓN PARLAMENTARIA

SERVICIO DE PUBLICACIONES

Plaza de la Asamblea de Madrid, 1 - 28018-Madrid

Web: www.asambleamadrid.es

e-mail: publicaciones@asambleamadrid.es

TARIFAS VIGENTES

Información sobre suscripciones y tarifas,
consultar página web de la Asamblea.



Depósito legal: M. 19.464-1983 - ISSN 1131-7051

Asamblea de Madrid