



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2005

VIII Legislatura

Núm. 189

INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

PRESIDENCIA DEL EXCMO. SR. D. ANTONIO CUEVAS DELGADO

Sesión núm. 13

celebrada el jueves, 10 de febrero de 2005

Página

ORDEN DEL DÍA:

Comparecencia del señor secretario general de Turismo (Martínez Fraile) para informar sobre:

- | | |
|---|---|
| — La política que piensa llevar a cabo el Gobierno. A solicitud del Grupo Parlamentario Catalán (Convergència i Unió). (Número de expediente 212/000161.) | 2 |
| — La renovación del turismo español y las estrategias adoptadas al respecto por la Secretaría General de Turismo. A solicitud del Grupo Parlamentario Socialista del Congreso. (Número de expediente 212/000357.) | 2 |
| — Las nuevas líneas políticas que pondrá en marcha en la Sociedad de Paradores de España. A petición del Gobierno. (Número de expediente 212/000424.) | 2 |

Preguntas:

- | | |
|---|----|
| — De la señora Fuentes Pacheco, del Grupo Parlamentario Socialista del Congreso, sobre criterios de selección que está teniendo en cuenta cada comunidad autónoma en relación con los planes de dinamización y excelencia turística. (Número de expediente 181/000255.) | 26 |
| — De la misma señora diputada, sobre reformas en el Palacio del Congreso y Exposiciones de Torremolinos (Málaga). (Número de expediente 181/000311.) | 26 |
| — De la misma señora diputada, sobre contenido del plan de marketing diseñado por Turespaña. (Número de expediente 181/000539.) | 26 |
| — Del señor Fajarnés Ribas, del Grupo Parlamentario Popular en el Congreso, sobre motivos por los que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio no quiere firmar un convenio con el Consell Insular D'Eivissa y Formentera para promocionar dichas islas en Alemania, Francia y Gran Bretaña. (Número de expediente 181/000477.) | 28 |
| — Del mismo señor diputado, sobre opinión del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio acerca de las afirmaciones del director general de Aviación Civil sobre «si los ciudadanos de las Illes Balears están descontentos con el servicio aéreo actual, los hoteleros baleares deberán crear su propia compañía aérea». (Número de expediente 181/000482.) | 28 |
| — Del mismo señor diputado, sobre opinión del Gobierno acerca de su política de coordinación y diálogo con las comunidades autónomas en materia de turismo. (Número de expediente 181/000479.) | 30 |

Se abre la sesión a las diez y cinco minutos de la mañana.

COMPARECENCIA DEL SEÑOR SECRETARIO GENERAL DE TURISMO (MARTÍNEZ FRAILE) PARA INFORMAR SOBRE:

- **LA POLÍTICA QUE PIENSA LLEVAR A CABO EL GOBIERNO. A SOLICITUD DEL GRUPO PARLAMENTARIO CATALÁN (CONVERGÈNCIA I UNIÓ).** (Número de expediente 212/000161.)
- **LA RENOVACIÓN DEL TURISMO ESPAÑOL Y LAS ESTRATEGIAS ADOPTADAS AL RESPECTO POR LA SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO. A SOLICITUD DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA DEL CONGRESO.** (Número de expediente 212/000357.)
- **LAS NUEVAS LÍNEAS POLÍTICAS QUE PONDRÁ EN MARCHA EN LA SOCIEDAD DE PARADORES DE ESPAÑA. A PETICIÓN DEL GOBIERNO.** (Número de expediente 212/000424.)

El señor **PRESIDENTE**: Señorías, se abre la sesión número 13 de la Comisión de industria, Turismo y

Comercio con el orden del día que tienen en su poder. El primer punto es la comparecencia del señor secretario general de Turismo, señor Martínez Fraile, al que damos la bienvenida a esta Comisión. Como son tres comparecencias, solicito a los grupos si tienen algún inconveniente en acumularlas, entendiendo que haremos un uso adecuado de las intervenciones y que no habrá ningún problema para que todo el mundo se pueda expresar convenientemente. Tenemos después nueve preguntas que cuando lleguemos a ellas veremos si las acumulamos o no en función del tiempo que hayamos consumido en este primer punto. Sin más, tiene la palabra el señor Martínez Fraile.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Gracias, señor presidente.

Señorías, permítanme mis primeras palabras recordando con cierta nostalgia mi corta estancia en esta casa, donde fui diputado solamente nueve meses y en la que en algunas ocasiones asistí a esta misma Comisión pero desde donde ustedes están sentados en este momento. Sinceramente, recuerdo con nostalgia y con añoranza unos momentos y unos ratos pasados bien, peleándonos naturalmente, como corresponde, e interpellando al Gobierno, en aquel caso un Gobierno de otro color, de otra opción política, pero lo que recuerdo de entonces es que mis intervenciones fueron siempre, siendo duro en la medida de lo posible, intentando

colaborar a que las acciones que se desarrollasen en el mundo del turismo fuesen para mejorar justamente la gestión del turismo. Espero que hoy ustedes también en las preguntas posteriores tengan el mismo sentido y que podamos colaborar porque el turismo —y este es el final de esta pequeña licencia que hago con permiso del presidente— es el sector más importante de la economía española, y de ello no somos conscientes; y no somos conscientes no sé si los que estamos dentro del turismo —y digo los que estamos porque llevo muchos años en este tema— sino la sociedad en general. Creo que es obligación de todos y también de ustedes, como representantes y miembros de esta Comisión, hacer llegar al imaginario popular que el turismo es muy importante económica y socialmente y que cada vez lo va a ser más. Ustedes tratan de muchos temas en esta Comisión, pero les aseguro que la incidencia tanto desde el punto de vista económico como desde el punto de vista social que tiene lo que hoy vamos a tratar no la tiene ningún otro de los temas que traten en esta Comisión. Y no lo digo como un canto al sol, lo digo absolutamente convencido de que es así. El turismo es el 12 por ciento del producto interior bruto, es más del 10 por ciento de la tasa de ocupación y es un sector que ya no depende de sí llueve o hace sol; es un sector consolidado, un sector donde hay mucho empresario, hay muchas personas trabajando en él, y que nos hace ser líderes solamente en este segmento de la economía a nivel mundial; y ese liderazgo es conocido y es reconocido en todas partes. Quisiera que también lo fuese en nuestra casa. Eso no quiere decir no criticar lo que se haga mal, sino saber que estamos hablando del sector más importante de la economía española.

Para empezar, y sobre la base de la comparecencia y las preguntas que me han solicitado, me gustaría decirles, de una manera muy sucinta, cual es la estructura de la Administración turística española. La Administración turística española está dentro del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, depende de una secretaría de Estado, de la cual cuelga una secretaría general de la que un servidor es el titular y que tiene cuatro instrumentos de funcionamiento: Turespaña, como ente elemental de promoción, y tres subdirecciones generales, una de cooperación, otra de estudios y otra de innovación y calidad. Esta es la estructura de la Administración turística española en este momento. Voy a dividir mi intervención hablándoles primero de promoción, después de calidad, que en definitiva es la oferta, y luego de cooperación, en concreto sobre Segitur, Sedetur y Paradores, que son las tres empresas que dependiendo de esta secretaría general tienen la responsabilidad de participar y colaborar en las líneas del turismo español marcadas por el Gobierno, en particular por nuestro ministerio.

En cuanto a la promoción, hemos intentado este año llevar a cabo un análisis en profundidad de lo que ha pasado con el turismo español a lo largo de los últimos años. No se había hecho esto desde el año 1992 y lo que

nosotros hemos hecho ha sido un análisis en profundidad de qué ha pasado en el destino, o sea qué es lo que sucede aquí, que hacen nuestros turistas, esos 53 millones de turistas extranjeros y los 65 millones de turistas españoles, cuál es su comportamiento aquí, pero saber también qué hacen o qué determina a esos 53 millones de turistas en el extranjero decidirse a venir a nuestro país. En ese sentido hemos hecho una propuesta de futuro, hemos hecho un estudio exhaustivo que no hemos publicado pero que está colgado en la red. Hemos entendido que las nuevas tecnologías no tenían que ser solo un canto al sol sino que había que demostrarlo. No hemos hecho ninguna publicación en ningún libro sino que, como digo, está colgado en la red para que aquellas personas, empresas, entidades, y administraciones que estén interesadas puedan dirigirse a él y obtener la información que deseen. De ahí hemos tomado unas determinaciones muy concretas que yo diría que, de cara a la promoción, son segmentar en qué mercados y qué segmentos de ese mercado nos interesaban y, por otra parte, cómo promocionábamos nuestros destinos y nuestros productos; y hemos hecho unos ciertos pesos específicos. El sol y playa continua y continuará siendo durante mucho tiempo el producto estrella del turismo español, un producto consolidado a nivel internacional y con una gran relación calidad-precio (tenemos magníficas instalaciones de cinco estrellas o restaurantes de dos tenedores y tenemos magníficas fondas y hoteles de una estrella), porque lo que hay que medir no es la calidad como un genérico, como un intangible; lo que hay que medir es la relación calidad-precio. También tenemos buenos hoteles y pensiones de una estrella. Un turista que se gasta para dormir 18 euros no tiene por qué ser un mal turista, es un buen turista y se gasta aquello que le permite su capacidad adquisitiva. Tenemos que ofrecer al conjunto de nuestros posibles turistas toda la gama de productos que se requieren para que todos ellos puedan encontrarse bien en nuestro país. En ese sentido hemos variado sustancialmente la promoción de los productos y vamos a dedicar este año el 50 por ciento de esa promoción al sol y playa porque entendemos que, aunque haya una discriminación negativa en el sentido de que es el 80 por ciento del conjunto del turismo, ese 50 por ciento es suficiente para promocionarlo adecuadamente; piensen que en los años anteriores no se había llegado ni al 20 por ciento en esta promoción de sol y playa. Dentro de una distribución genérica vamos a dedicar el 85 por ciento aproximadamente a Europa, el 12 por ciento aproximadamente a América y el 5 por ciento a Asia. El presupuesto total que tenemos para promoción es de 60 millones de euros y de ellos vamos a gastar 32 en campaña de publicidad. Tenemos la mejor marca, la más reconocida y la más prestigiosa a nivel mundial del turismo, que es el sol de Joan Miró, que supongo que todos ustedes conocen y que yo en ocasiones en términos coloquiales le llamo el huevo frito, pero como digo es la marca de más reconocimiento. Hicimos una

encuesta en el mercado europeo, en ese análisis que hemos hecho de qué sucede con los turistas en el origen, concretamente en Reino Unido y Alemania, y había por encima del 74 por ciento de conocimiento no inducido de qué quería decir ese sol. Ese sol quería decir dos cosas: turismo y España. Por tanto, tenemos una marca con mucho prestigio y lo que vamos a hacer es utilizarla. En ese sentido hemos llegado a acuerdos para acciones cooperativas con diferentes comunidades autónomas. Hemos firmado en este momento concretamente con Baleares, Andalucía, Galicia, Murcia y estamos pendientes de hacerlo con Madrid, Canarias, Cataluña y Valencia. Será la vez que se firmarán más acuerdos de campañas cooperativas de cara a la publicidad; campañas en las que vamos a invertir 32 millones de euros: 27 *off line*, o sea en una campaña típica de publicidad, y 5 *on line*. Creemos que es importante y además, si miran la campaña —que supongo la conocerán—, hemos buscado poder jugar con el conjunto de los territorios. Tenemos que vender producto y territorio, y en el conjunto de los territorios hay que vender con el paraguas España. Ese paraguas España nos lo da la marca, nos lo da Miró y la palabra España en su logotipo. Si han visto la campaña es *Smile, your are in Spain*, es decir Sonría, está usted en España. En ese *you are* puedes poner lo que quieras; puedes poner Madrid, Ibiza, Sevilla, Málaga, Andalucía o Baleares. De alguna manera hemos buscado una campaña que nos permita jugar con eso. España es el punto de referencia, es la campaña paraguas y sobre ella hay que ir colocando cada uno de los productos o de los territorios. Creemos y estamos bastante esperanzados en el resultado de mercado que nos dé esa campaña. En ese sentido, además de las campañas cooperativas con las comunidades autónomas también hemos llevado a cabo la firma de diferentes campañas con marcas concretas de productos, con Patrimonio de la Humanidad, con la España Verde y con el Camino de Santiago, y en este momento tenemos pendiente firmar —lo haremos la semana que viene— con Pirineos, con Estaciones Náuticas y con Vía de la Plata; con estas dos últimas se hará dentro de un mes o mes y medio. Nuestra intención es justamente desarrollar esto. En cuanto a acciones, en este momento están programadas por parte de la Secretaría General de Turismo de acuerdo con las comunidades autónomas —perdonen si les doy una retahíla de números— 107 con Andalucía, 9 con Aragón, 4 con Asturias, 81 con Baleares, 73 con Canarias, 2 con Cantabria, 4 con Castilla-La Mancha, 13 con Castilla y León, 53 con Cataluña, 2 con Extremadura, 31 con Galicia, 11 con Murcia, 3 con Navarra, 9 con el País Vasco, 2 con Rioja y 39 con Valencia. Estas son las acciones concretas de promoción, al margen de la campaña de publicidad que vamos a desarrollar, aunque no están todas todavía. Por ejemplo, no he dicho Madrid, y con Madrid naturalmente vamos a hacer campaña y vamos a hacer acciones promocionales. ¿Qué quiere decir acciones? Quiere decir viajes de familiarización

de periodistas, viajes de familiarización de agentes de viajes; quiere decir en muchos casos traer hacia aquí al que tiene que después vender, al prescriptor que tiene que vender el producto para que lo conozca *in situ* y pueda venderlo mejor. Creemos desde Turespaña y desde la Secretaría General de Turismo que es mucho más efectivo de cara al futuro poder desarrollar acciones de promoción *in situ* que no ir a hacer representaciones fuera. Y les puedo decir además, por experiencia propia de los organismos que he gestionado, que no solo es más efectivo en cuanto a los resultados sino que es mucho más barato. Por tanto, ello quiere decir gastar mejor los recursos que tenemos. En ese sentido, los 60 millones de euros que en este momento tenemos para promoción hay quien considera que es poco, otros que es mucho y yo considero que es suficiente para hacer una buena acción si sabemos gastarlos bien. A esto habría que añadir —que en muchas ocasiones se olvida— que las comunidades autónomas y muchos ayuntamientos hacen también un esfuerzo complementario. Lo que estamos intentando a través de estas campañas cooperativas y a través de estas acciones conjuntas es sumar todo para que la acción que se desarrolle en el exterior sobre promoción de nuestra oferta turística, en lugar de dispersar, sea cada vez más concentrada, más focalizada y más segmentada al *target* que necesitamos, porque el producto lo tenemos. Esa es justamente una de las características de nuestro turismo. El producto lo tenemos seguro; puede ser en la Costa da Morte o puede ser en Tarifa, puede ser en Portbou o puede ser en Alicante, pero lo que es seguro es que tenemos aquel producto que está demandando el mercado. Tenemos que ir a buscarlo y llevar exactamente la oferta que nos están pidiendo.

La segunda parte de mi intervención es sobre la oferta, es la promoción, cómo vendemos el producto España. Sólo tenemos capacidad desde la Administración del Estado para hacer la promoción en el exterior. Hay más turistas españoles que extranjeros. Es más importante el mercado interior, lo cual algunas personas consideran que es negativo, pero no se lo crean ustedes, es superpositivo. En el mundo del turismo hay tres líderes: Estados Unidos, Francia y España. Es como el medallero —si me permiten el símil olímpico— que va dando vueltas: un año nos toca el oro, otro año la plata y otro el bronce, pero nos movemos ahí desde hace 15 años. Pues bien, el único país donde los turistas extranjeros eran más que los nacionales era España hasta hace tres o cuatro años. En este momento estamos 45/55. Por tanto, creo que estamos en el buen camino y que es muy importante que esta sea la estructura de nuestro turismo, porque es también la que hace que no sea una cosa que pasa porque llueve o hace sol, sino que sea de verdad una actividad permanente y consolidada de nuestra economía.

Como les decía, el segundo plano en el que actuamos —la segunda parte de mi intervención— es en la oferta. Ello quiere decir incidir y colaborar muy estrechamen-

te con las comunidades autónomas, con los ayuntamientos y también con la iniciativa privada de cara a mejorar la oferta de nuestro producto. Nosotros tenemos un montón de atractivos. Atractivos los hay en todas las partes del mundo, nos los dio Dios o vaya usted a saber quién, pero hay que transformarlos en producto turístico, y ahí es donde viene esta actuación sobre la oferta que nosotros hacemos —vuelvo a repetir— en colaboración con las comunidades autónomas y con los ayuntamientos. En ese sentido se han desarrollado desde el año 1993 —en que ese crearon— 160 planes de dinamización, que es el total de planes firmados, lo cual ha supuesto una inversión de 395 millones de euros, de los cuales 130 han sido aportados por la Secretaría General de Turismo y el resto por las comunidades autónomas y los ayuntamientos. Hay un mal dato, y es que de los 160 solamente tenemos finalizados 62 y todavía estamos trabajando en 98. Estamos intentando poner agilidad. Hemos conseguido a final de año ejecutar el 98,7 por ciento del presupuesto sobre estos planes de dinamización, que estaba previsto para el año 2004, pero hemos de llegar al cien por cien y además de eso hemos de liquidar —si me permiten la expresión, en el buen sentido de la palabra— finalizar todo lo que está pendiente, porque como digo tenemos 62 finalizados y 98 que todavía están pendientes, algunos de los cuales vienen de los años 1996, 1997, 1998, y por tanto es un esfuerzo que vamos a hacer a lo largo de este año. Para el año 2005 —como ustedes entenderán todavía no hay ninguno firmado— se aprobaron 20 planes que suponen una inversión de 45 millones de los cuales una tercera parte, 15 millones de euros, corresponden a la Secretaría General de Turismo. ¿Cuáles son los nuevos criterios que hemos elaborado en la mesa de directores generales, o sea, en colaboración con todas las comunidades autónomas? En primer lugar, destinar estos planes fundamentalmente para núcleos rurales, no urbanos, e intentar que se agrupen; que no sea el plan de este pueblo y que el de al lado no tenga nada, sino que sea una agrupación de pueblos. Eso tiene un peligro y es que para que funcione desde el punto de vista tanto legal como económico hay que hacer una mancomunidad, hay que crear el ente de una mancomunidad, porque con la actual legislación no es posible aportar las cantidades necesarias para el plan si no existe esa mancomunidad. En muchos casos, algunos de estos planes que les decía que faltan por desarrollar y por acabar, 98, es por problemas burocráticos de este tipo que han impedido ponerlos en funcionamiento. En este sentido, vamos a introducir que cuando se venga a solicitar esté creada la mancomunidad y no darlo hasta que no esté creada, porque si no hay planes que hace tres años que están y no los hemos podido poner en marcha porque todavía no se ha podido crear la mancomunidad. Como digo, vamos a exigir esto buscando la agrupación y centralizarlos. Los planes se crean para dinamizar y comercializar el producto. Existe el atractivo, hay que crear el producto, pero eso es previo al plan, y el plan

sirve para comercializarlo, para transformarlo en un producto colocado en el mercado y hay que gestionar diferente. Después hay que ver cómo muchas de estas comunidades locales, de estos ayuntamientos tienen que ser capaces de gestionarlos por sí mismo, con alguna ayuda técnica, pero no —como hasta ahora se ha hecho— ponerlo en manos de unas consultoras que son las que lo dirigen todo. En estos planes hasta ahora sólo hay colaboración del Estado, de la comunidad autónoma y del ayuntamiento desde el punto de vista económico. Vamos a ver si damos un paso adelante y conseguimos involucrar también al sector privado, que ya está en la gestión del plan pero que no está en la financiación, y eso no vale porque quien quiere estar en un lado tiene que estar en el otro también. La colaboración pública privada quiere decir que todo el mundo tiene que ponerse al frente. Para este año tenemos un presupuesto de 17 millones de euros aproximadamente. Esto que les he dicho deja fuera a las ciudades. ¿Qué sucede con las ciudades? Hemos creado este año un programa de ciudades en el cual tenemos una pretensión. Aquí habrá algún alcalde y otros provenimos del mundo municipal y a lo mejor lo que voy a decir ahora parece una herejía. Creo que las ciudades tienen más capacidad de generar recursos que los pueblos, que las zonas rurales. Hemos partido un poco de este principio de que la ciudad al final se puede espabilar, puede encontrar maneras de financiarse. En las ciudades lo que pretendemos hacer es ayudar a crear el ente promotor del producto turístico en colaboración pública-privada, y esas ayudas solamente serán posibles si cuando venga a solicitarlas el ayuntamiento o la ciudad correspondiente tiene al mismo tiempo a los empresarios al lado diciendo que van a poner el 50 por ciento del presupuesto. Estas ayudas serían de nueva creación y para funcionamiento el primer año, nada más, porque después esos entes no tienen que ser centros de coste para los ayuntamientos sino centros de ingresos, con esos centros de promoción tienen que ser capaces de generar ingresos suficientes para poder gastárselo justamente en ellos. Esto de cara a las ciudades.

Otra cosa que dejamos fuera con este nuevo criterio elaborado por la mesa de directores generales con la colaboración de las comunidades autónomas es el tema de las infraestructuras: qué sucede cuando un ayuntamiento se quiere renovar. Por eso se han creado en la Ley de Presupuestos Generales del Estado, que ustedes aprobaron, los fondos para la mejora de las infraestructuras turísticas. ¿Qué se quiere conseguir con ello? Crear unos fondos que sirvan para poder dotar a los ayuntamientos, a los municipios para llevar a cabo la renovación de sus infraestructuras turísticas, pero con dos características que creo son esenciales. Primero, no sirve que un ayuntamiento aporte ese proyecto para desarrollar si no trae al lado a los privados. Todos ustedes han conocido las experiencias, las estamos viviendo continuamente en nuestro país, en que un ayuntamiento ha hecho un esfuerzo por mejorar las playas si

se trata de sol y playa, si se trata de interior por mejorar las calles, plantar los árboles, mejorar las infraestructuras, etcétera, y en cambio la iniciativa privada continúa con unos hoteles de los años sesenta, sin invertir un duro, el comercio es uno desastre, los escaparates no sirven para nada, etcétera. Pero también tenemos la contraria, donde ha habido un esfuerzo por parte del sector privado de renovar los hoteles, de hacer mejores escaparates, de renovar las tiendas, renovar las cafeterías y los restaurantes y el ayuntamiento como está arruinado, entre comillas, resulta que no ha hecho las aceras, no ha hecho las calles, no ha plantado los árboles, etcétera. ¿Qué pretendemos con esto? Que vengan de la mano. Solamente un ayuntamiento podrá venir a solicitar esta ayuda si viene de la mano del sector privado, y el sector privado tendrá que traer un compromiso de que mientras el ayuntamiento invierte equis, 100, el sector privado en sus instalaciones y cada uno en su casa ha de invertir como mínimo el 30 por ciento para que se pueda conceder esta subvención del cien por cien. El cien por cien de estos fondos quiere decir que el ayuntamiento no tiene que prever para hacer esas actuaciones de dónde va a sacar el dinero complementario, sino que el cien por cien de la inversión que prevé podrá ser dado a través de esos fondos. Son fondos, por tanto, no a fondo perdido, sino líneas de financiación; líneas de financiación que van a ser muy blandas para los ayuntamientos. Estamos pensando —en estos momentos estamos desarrollando la orden ministerial de cara al futuro— en créditos a 15 años con cinco años de carencia y con unos intereses del 0,5 ó del 0,2 por ciento. Todavía está pendiente de discusión, pero es de este nivel, un máximo del 0,5 y un mínimo del 0,2 por ciento. También va a haber líneas para los privados, pero naturalmente en otras condiciones. También serán líneas preferenciales, pero con el euríbor más un 0,2 ó un 0,5 por ciento. Por tanto, también líneas preferenciales de crédito para esas inversiones que quieran desarrollar la mejora de la ciudad. Esto sería en cuanto a los fondos de inversión.

Por otra parte, tenemos un instrumento que se creó en 1995 ó 1996 —no lo recuerdo exactamente, algún diputado seguramente me puede puntualizar la fecha exacta de su creación porque que yo en este momento no la tengo—, que es el Instituto de Calidad del Turismo Español, dentro del sistema de calidad del turismo español, que es una colaboración pública-privada de cara a certificar productos. Se creó una marca que era propiedad de un instituto privado con colaboración de la Secretaría General de Turismo; esa marca hace un mes la hemos recuperado porque había un clamor por parte de las comunidades autónomas y los municipios de que estuviese dentro de la Secretaría General de Turismo, dentro del Gobierno, y la parte privada no ha tenido ningún problema en hacer el retorno de esta marca, que es en este momento propiedad de la Secretaría General de Turismo, y es la Q de calidad. Este instituto con nuestra colaboración es el que va desarro-

llando los programas de cara a que certifiquemos productos. Tenemos en este momento certificadas 512 empresas, están certificándose 1.432 empresas a nivel de todo el Estado y están desarrollándose en una fase previa de la certificación que se llama Manual de buenas prácticas 2800 empresas más, que es como el umbral para poder después acceder a esa certificación definitiva de la Q. Esta es una marca consolidada pero no publicitada y, como ustedes saben, lo que no se publicita no existe. Por primera vez este año vamos a hacer un esfuerzo y, primero, en toda la promoción de Turespaña va a ir la Q de calidad; como elemento segundo, aquellos municipios destinos o empresas que tengan esa Q de calidad van a salir siempre reflejados con la Q, y vamos a hacer una campaña tanto *on line* como *off line*, tanto clásica como a través de internet, de promoción de la Q de calidad. O sea que el cliente cuando llegue a un lugar que tenga la Q de calidad sepa que aquello quiere decir algo. Estoy convencido de que en este momento ustedes llegan, la miran, se la quedan mirando y dicen qué bonita, pero no saben exactamente lo que quiere decir simplemente porque no se ha hecho publicidad y hay que hacerla. Vamos a hacer un esfuerzo en ese sentido para conseguir que la Q sea conocida y además sea valorada por parte de nuestros clientes. Hay ya muchos touroperadores —concretamente en Alemania— que están exigiendo a los hoteles y restaurantes con los que negocian paquetes turísticos que estén dentro del sistema de calidad del turismo español y, por tanto, tengan esa Q o, como mínimo, el Manual de buenas prácticas, que como les digo es el umbral para llegar a la Q.

El tercer punto de mi intervención es la cooperación y la coordinación, y quería hacer referencia sobre todo a cuáles son los organismos de coordinación y cooperación tanto a nivel nacional como internacional. A nivel nacional tenemos la comisión interministerial, que ha sido remodelada recientemente; me parece que hace tres semanas fue aprobada por el Consejo de Ministros sobre la base de que los ministerios que existían antes tenían nombres diferentes y ha habido que introducir sus nombres. Esta comisión interministerial tiene como función coordinar todas aquellas acciones que el turismo desarrolle de tal manera que otros ministerios las conozcan, las conozcan en profundidad, cooperen con ellas y no se lleven a cabo acciones que choquen, que no vayan conjuntamente. Por otra parte, existe la conferencia sectorial, que está formado por los 17 consejeros de Turismo de las 17 comunidades autónomas más Ceuta y Melilla, que se reúne aproximadamente dos veces al año y que tiene la responsabilidad sobre todos los elementos de cooperación del ministerio responsable a nivel del Estado con estas comunidades autónomas. Existe la mesa de directores generales (que vamos a intentar reunirla una vez por trimestre, pero me parece que tal como vamos en este momento de problemas de trabajo acabaremos reuniéndola cada dos meses), que es la que prepara todos los elementos que después

han de ser definitivamente consensuados y aprobados por la sectorial que preside el señor ministro. Concretamente en la mesa de directores generales hemos aprobado esos nuevos criterios de los planes de dinamización y es donde estamos estudiando y trabajando de qué manera van a ser las normas para los diferentes programas de soporte, no solamente para los planes de dinamización sino también para los planes de ciudad, para los planes de financiación de infraestructuras, etcétera, y es la mesa de trabajo la que prepara en definitiva lo que ha de ser después la acción conjunta del Estado en su máxima expresión, las comunidades autónomas más el Gobierno español.

El cuarto elemento sería el consejo español del turismo. En este consejo nuestra idea sería que hubiese por una parte representación de las comunidades autónomas, por otra parte representación de los ayuntamientos a través de la Federación Española de Municipios y Provincias, y por otro lado representación sindical y de la patronal. También querríamos que hubiese —y así está diseñado el decreto de creación del consejo español del turismo— representación de sectores económicos que no sean turísticos. Si me permiten la expresión, que a lo mejor es muy bruta, el turismo es tan importante que no se puede dejar en manos de la gente que trabaja en el mismo. O sea, querríamos crear un consejo en el cual haya naturalmente un 80 ó un 90 por ciento de personas ligadas al turismo institucionalmente o profesionalmente, sindicatos y empresarios, pero guardar un cupo de personas que sean capaces —si me permiten la expresión, y me pongo yo delante— de pensar en el turismo son tener las orejas puestas, porque a veces los del oficio hablamos en argot, no nos enteramos y somos incapaces de mirar el horizonte en su plenitud. En ese sentido lo que queremos es que estén presentes todas aquellas personas importantes dentro del mundo económico y que no son del sector turístico —que pueden ser del sector financiero, inmobiliario, industrial, de servicios, de alimentación o del sector agrario—, que puedan colaborar y quieran con nosotros pensar cuál debe ser el futuro del turismo. Pero yo creo —y así lo piensan el señor ministro y el secretario de Estado— que el consejo español del turismo lo que tiene que pensar no es tanto el día a día (naturalmente tendrá información sobre el día a día, sobre las campañas, sobre las acciones, sobre los planes de marketing, etcétera), sino que piense el futuro, que piense qué hacemos dentro de 15 años, porque hoy estamos todos relativamente contentos, unos más que otros, pero lo importante es qué va a pasar con el turismo español dentro de 15 años, y eso los que estamos en el día a día no somos capaces de pensarlo porque tienes que estar en la trinchera y lo que necesitas es alguien que piense, por lo que la idea de este consejo español es ésta. Aparte de esto se ha creado ahora también la mesa de calidad, que dentro del sistema de calidad del turismo español es el órgano de reflexión para ir avanzando en

todos estos temas. Esto en cuanto a la coordinación a nivel nacional.

En cuanto a la cooperación internacional, ustedes saben que en Madrid el único organismo a nivel internacional que tiene sede es la Organización Mundial del Turismo y colaboramos con ella todo lo que podemos. En este momento estamos en una situación de pre-elecciones, de ver cómo se cambian los órganos de dirección, estamos colaborando en todo aquello que se está desarrollando a nivel mundial. De manera bilateral tenemos en este momento 63 acuerdos firmados con 49 Estados de los cuáles 30 son latinoamericanos, 9 son africanos y 10 asiáticos. Querría, si me lo permiten, hacer un pequeño inciso. El otro día en Puket, donde el *tsunami* produjo un número importante de víctimas, como saben, se reunió la Organización Mundial del Turismo para llegar al acuerdo de cómo podíamos cooperar en el ámbito estrictamente del turismo, sin meternos en el ámbito humanitario que los Estados ya están desarrollando, sin meternos en el ámbito de infraestructuras que no correspondía, y fundamentalmente lo que ellos nos solicitaron fue ayuda para que vayan turista. Es cierto que las infraestructuras las han recuperado muy rápidamente, las han limpiado muy rápidamente, esto se veía, y lo que nos pedían eran viajes de familiarización de agentes y viajes de familiarización de prensa y también microcréditos —me consta que el Ministerio de Asuntos Exteriores está en este momento trabajando en ello— de cara a la recuperación de pequeñas empresas, porque las grandes empresas no tienen problemas, van a cobrar los seguros, aunque lo que no vamos a conseguir recuperar son los centenares de miles de personas que murieron en ese desgraciado maremoto. Por nuestra parte lo que vamos a hacer es provocar esta presencia, este conocimiento, porque lo que nos solicitaban no lo podemos hacer —las campañas de publicidad—, y naturalmente dijimos que nuestra responsabilidad era que vinieran turistas a España, no que vayan turistas a otro país, aunque expresamos nuestra solidaridad y el día 10 de marzo tendremos una reunión en Berlín para ver de qué manera concretamos estas acciones. Vamos a reunir a las empresas privadas y a las comunidades autónomas para ver cómo coordinamos el conjunto de las acciones, tanto desde el Gobierno como desde las comunidades autónomas y también desde la iniciativa privada, para poder colaborar conjuntamente en estas acciones que se desarrollen.

En cuanto a acciones concretas, se llevan a cabo seminarios sobre promoción en Cartagena de Indias, sobre calidad en Santa Cruz de Bolivia y sobre cuentas satélite, que es muy importante, también en Cartagena de Indias. Sobre planes estratégicos se desarrolla un seminario con doce países del Mediterráneo, del conjunto del Mediterráneo, no europeo, sino, sobre todo, de la zona sur, del Mediterráneo sur. En Antigua se lleva a cabo también otro seminario sobre colaboración de gestión del patrimonio con los países centroamericanos. En Honduras también otro programa de gestión de

turismo local y otro seminario sobre sistemas de promoción del turismo se desarrolló aquí, en Madrid.

Dentro de estas colaboraciones, diré por último que hemos creado el portal de turismo de los países centroamericanos, —después haré referencia al portal de turismo propio— y para el conjunto se ha creado un solo portal. Lo hemos hecho desde el Gobierno español, en colaboración la AECI con la Secretaría General de Turismo, para el conjunto de los países centroamericanos, y una empresa pública, concretamente de la Secretaría General de Turismo, Segitur, va a ser la que le dé el soporte técnico de cara al desarrollo, de cara a la puesta en marcha de ese programa. Esto se ha firmado también, en concreto, con Brasil.

Hemos firmado con Cedet, que es una fundación de aquí, de Madrid, un convenio para desarrollar durante tres años programas *on-line* en los países latinoamericanos sobre temas de turismo, donde van a entrar promoción, estadística, Internet, marketing, etcétera. En estos programas lo único que vamos a hacer nosotros será dar el soporte, diríamos, científico, porque todo lo que es soporte técnico y todo lo que es desarrollo y producción lo va a hacer la Fundación Cedet. Concretamente para estos programas, tenemos un presupuesto de 100.000 euros, y, como no les había dicho el presupuesto de la actuación sobre la oferta, les informo de que es de 9,6 millones de euros.

Finalmente, voy a dedicar un pequeño apartado al tema del Instituto de Estudios Turísticos. Dentro del Instituto de Estudios Turísticos, creado hace muchos años y que siempre ha tenido una buena prensa en el exterior y una mala prensa en el interior, desarrollamos tres encuestas: Frontur, Familitur y Egatur. ¿Qué problemas, y todos ustedes lo habrán oído porque siempre salen cosas sobre estos temas, tenemos con estas tres encuestas? El primer problema que tenemos son los desfases. Frontur se publica cada mes, Egatur cada cuatrimestre y Familitur cada trimestre. Entonces, no hay manera de ligar los temas. Nosotros damos las cifras de la encuesta de Frontur cada mes, pero sobre esa encuesta, que es puramente cabezas de personas que llegan del extranjero a los diferentes destinos turísticos españoles, entonces ya se empieza a hablar de cuánto gastan, de cuánto no sé qué; claro, así no hay manera. Este es un sector cuyo uno de sus defectos más básicos, tanto público como privado, es que las decisiones se toman por la nariz, no por la inteligencia. Si tenemos un instrumento para la inteligencia, este es el instrumento para la inteligencia. Al principio les decía que hemos hecho un plan después de 1992, es la primera vez que se hace un estudio en profundidad y hemos intentado ponerle inteligencia a lo que yo les he explicado, y lo hacemos porque tenemos el estudio que nos demuestra que es eso lo que tenemos que hacer si queremos que de verdad el turismo español sea efectivo, o sea, tenga unos resultados efectivos. Entonces, desde el Instituto de Estudios Turísticos lo vamos a intentar.

Frontur se evalúa mensualmente y Egatur y Familitur se valoran con otras frecuencias. A lo largo del año 2005, vamos a realizar las tres encuestas mensualmente, con lo cual, de verdad, cuando el día 19-20 del mes siguiente nosotros podamos dar los resultados, no daremos nada más los resultados de las cabezas de cuántos extranjeros, sino que podremos decir cuántos extranjeros, cuántos españoles y qué se han gastado, y, a partir de ahí, podremos hacer la cocina. Se ha dicho a final de año, ustedes lo habrán oído, que los ingresos por turismo son menos. Es mentira, los ingresos por turismo son más. Ahora, ¿qué sucede? Que los ingresos por turismo han subido un porcentaje y el número de turistas extranjeros ha subido un porcentaje más alto, por lo tanto, quiere decir que cada turista ha gastado menos. Vale, eso es diferente, pero, ¿por qué ha gastado menos, porque ha estado menos tiempo o porque ha gastado menos dinero cada día que ha estado aquí? De todo eso, hasta que no tengamos Egatur y Familitur, no se pueden hacer previsiones. Han salido previsiones en los medios de comunicación que ustedes habrán visto, que están hechas basándose en que en octubre, noviembre y diciembre habría un crecimiento del 3 por ciento, y este año —iba a decir no sabemos por qué, sí sabemos por qué—, este año, octubre, noviembre y diciembre ha tenido un crecimiento del 8,8, del 9,6 y del 12,5, que no tiene nada que ver con el 3 por ciento previsto cuando las previsiones de ingresos se hacen sobre el 3 y lo otro ha sido 8,8, 9,6 y 12,5. ¿Por qué? Les decía que les iba a decir el porqué. Lo lamento si ustedes consideran que me pongo una flor, no a mí sino al Gobierno. Porque hemos hecho una campaña en octubre, noviembre y diciembre, que no se había hecho nunca, promocionando el sol y playa en donde había sol y playa: Canarias, Baleares, Valencia y Andalucía. En invierno nunca se había sido capaz de vender la playa, que a lo mejor no es justo eso, porque en Palma en diciembre no te bañas, pero pasearte, lo puedes hacer perfectamente y, además, es una maravilla, y después, si hace sol y nieva, como me pasó a mí la última vez que estuve, pues todavía es más divertido.

Nosotros lo que estamos intentando es ponerle inteligencia y tener eso. En ese sentido, estamos encantados porque hemos firmado ya con Cataluña y con Baleares que el Instituto de Estudios Turísticos haga sus estudios conjuntamente con el Gobierno de Baleares y con el Gobierno de Cataluña para no duplicar esfuerzos; estamos pendientes de firmar con Andalucía, con Extremadura y con Euskadi. Hemos llevado a cabo colaboraciones también en el tema de estudios con la OMT, con la OCDE y con Eurostat.

Queda un paquete importante que es Paradores. Perdonenme ustedes, pero también intentaré ser corto.

El señor **PRESIDENTE**: No tiene problema de tiempo porque hemos acumulado las comparecencias, y la petición del Gobierno, que es la de Paradores, la tiene que atender.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Antes contestaré sobre algo que tengo aquí anotado.

Tenemos dos empresas, una es Segitur, que fundamentalmente tiene dos funciones, una es el portal de Infospain. Estamos haciendo un *re-styling* total del portal; o sea, el portal es un portal exhaustivo, si quieren saber algo de turismo, allí está todo, todo, pero en un sitio donde está todo, al final no hay nada, porque la gente cuando entra lo que va es buscando cosas y, si es muy difícil navegar, al final te pierdes. Estamos haciendo un *re-styling* que estará operativo a finales de marzo para segmentar y poner esa misma información, que está y es buena, de manera adecuada para que sea fácil llegar a los objetivos que queremos de conocimiento de cuál es la oferta. Es un portal puramente informativo, pero en el cual nosotros vamos a plantear que haya tres programas importantes. Uno es una plataforma, es una plataforma tecnológica al servicio de la industria española. La industria del turismo español, que es importantísima, que es líder a nivel mundial, sobre todo la hotelera, lo que sucede es que está en manos de muchos operadores extranjeros, no solamente de turoperadores, porque eso casi ya ha pasado a la historia; no ha pasado a la historia, pero son turoperadores, diríamos, de una etapa anterior. En este momento son las plataformas tecnológicas las que permiten poner la oferta del producto, que a lo mejor se compra después a través de agencias de viajes, no nos equivoquemos, pero cuya información solicita la gente a través de los canales de Internet, y, por lo tanto, aquí tenemos una magnífica oportunidad. Nosotros vamos a poner una plataforma para que nuestra oferta hotelera tenga la posibilidad de gestionar sus plazas y de gestionar sus precios, y sin que tenga que darlos a unos portales, como está sucediendo en este momento, donde les gestionan los precios y les gestionan las plazas. Creemos que puede ser un gran instrumento, lo hemos hablado con la industria, con la empresa privada, y estamos esperando a ver cómo lo desarrollamos para que puedan colaborar.

Después, hay dos planes más, uno es el plan Pista y el otro es el plan Pita. Uno intenta poner a disposición de los pequeños empresarios, porque ustedes saben que el sector está muy atomizado, la posibilidad tanto de dar información como de llegar a generar, a través de sus propios sistemas, nunca a través nuestro, puesto que nosotros no comercializamos, la comercialización de sus productos, para que mediante estos campos puedan, diríamos, poner también en disposición o poner en el mercado esa oferta que ellos tienen.

Finalmente, Sedettur es una empresa creada, aunque todavía no está operativa, esperamos tenerla operativa a finales de este mes, para el desarrollo de las nuevas tecnologías. Aquí lo que queremos buscar es la futura colaboración pública-privada, introducir una colaboración muy importante con el Instituto de Estudios Turísticos. En definitiva, como les decía antes, la inteligencia es la que nos tiene que poner la sustancia para poder desarro-

llar estos nuevos sistemas, y que sea un núcleo en el cual los sectores privados puedan obtener información sobre tecnología. ¿Qué quiero decir con eso? Por ejemplo, nosotros tenemos en este momento —ayer se ha concedido, no sé si en Dinamarca o en Noruega— el premio al Mejor Hotel Tecnológico a nivel mundial, porque lo ha ganado un hotel español, por los sistemas de desarrollo de todo lo que es la utilización tanto de la energía como de los circuitos, etcétera. Esa es una tecnología que está y tendría que haber un sitio al cual se pudiese ir a buscar y a obtener información, no quiere decir que vaya a ser la misma. Lo que pretendemos con Sedettur es justamente eso desde el punto de vista de la gestión o de la construcción de un hotel, o de una instalación de un restaurante, pero también desde el punto de vista de la gestión de recursos humanos, o también desde el punto de vista de la gestión de la promoción o de la gestión de la comercialización, que sea el lugar. Por eso queremos aquí llegar aunque más adelante, es una empresa 100 por cien pública, a conseguir la participación también de la empresa privada en la propia gestión y accionariado de esta empresa de Seletur.

Por último, contesto a la tercera de las comparencias, sobre Paradores. Paradores es una empresa dependiente de Turespaña, del Instituto de Turismo Español, que es fundamentalmente un instrumento de política turística, con cuatro objetivos muy concretos por parte del Gobierno. Primero, la recuperación del patrimonio histórico. La mayor parte de nuestros paradores está instalada en unos edificios, en unos inmuebles que tienen una calidad desde el punto de vista patrimonial muy importante y que, gracias a esa utilización, se conservan, y que, gracias a esa utilización, están en buen estado. Ustedes saben que lo peor que se puede hacer con un edificio patrimonio es restaurarlo y después no utilizarlo, porque quiere decir que al cabo de cinco años está peor que cuando lo empezaste a restaurar. Por lo tanto, hay ahí una razón para esta recuperación del patrimonio histórico. El segundo objetivo sería la dinamización de zonas especiales. Hay determinadas zonas donde no puede haber muchas actividades económicas que generen, diríamos, un movimiento económico de la zona, y a lo largo de los años —saben que el primer parador es de 1928—, se ha ido desarrollando esta utilización del parador como elemento dinamizador de una zona especial, de una zona donde no era posible hacer otras cosas y, gracias a eso, se crea una actividad económica que es capaz de generar una riqueza en el territorio. El tercero sería la dinamización de parajes naturales. En muchas sierras, en parques naturales, existen paradores como el único elemento que permite tener esa utilización de alojamiento y de restauración dentro de ese entorno que tiene una protección a nivel nacional o incluso internacional. Finalmente, el cuarto, que para nosotros es básico en Paradores, es que en este momento es un elemento fundamental del apoyo a la promoción exterior. Hace unos años hubo una polémica muy fuerte sobre si Paradores se debería privatizar o

no, se llegó a decir por mucha gente que sí que había que privatizarlos. Yo trabajaba entonces en el sector privado y recuerdo que justamente los que dijeron que de ninguna manera se privatizasen los paradores fue el sector privado, porque Paradores en este momento es la punta de lanza de la promoción en el exterior del alojamiento español de calidad, o sea, es la marca; igual que les decía antes lo de la marca de Miró, pues Paradores es exactamente la marca, Paradores es la marca que nos sirve para decir: Oiga, es que en España tenemos un alojamiento de mucha calidad. Y como, además, de paradores de cinco estrellas, también los hay de tres estrellas, tampoco la calidad es nada más para los supermillonarios, sino que también es la calidad, si me permiten la expresión, del mecánico de Dusseldorf, que también puede ir a un parador de tres estrellas. Es aquello que les decía antes de la relación calidad-precio.

El total de paradores en este momento es de 89. Por categorías, tenemos 3 de cinco estrellas, 63 de cuatro estrellas, 21 de tres estrellas y 1 de dos estrellas. Las instalaciones son 90 porque tenemos 89 paradores y una posada, con un restaurante nada más, que está en Alcalá de Henares. La oferta complementaria es uno de los elementos que tenemos que mejorar más, porque piensen ustedes que, de estos 89 paradores, 54 tienen piscina, 1 tiene spa y 3 tienen golf, y, por lo tanto, una de las ideas que tenemos para el futuro es la de incrementar sustancialmente estas inversiones para mejorar la oferta.

El total de habitaciones es de 5.558. Tenemos una media de plantilla de 0,8, que es un ratio normal en el mercado por habitación, y el precio medio está alrededor de los 92 euros.

A 31 de diciembre de 2004, tuvimos un total de un millón y medio de clientes, con un aumento del 7,8 sobre el año anterior. La ocupación media fue del 74 por ciento, de los cuales el 66 por ciento fueron españoles y el 34 por ciento fueron extranjeros. Esta ocupación del 74 por ciento, media todo el año con el conjunto, es una altísima ocupación; esto quiere decir que en muchas ocasiones el cliente quiere ir y no puede por la sencilla razón de que no hay posibilidad de darle habitación. Lo digo porque puede parecer que el 34 por ciento de extranjeros es un número pequeño cuando es altísimo, y no hay más ocupación porque no somos capaces de dar respuesta a las peticiones. Por categoría, la ocupación ha sido del 77 por ciento en cinco estrellas y del 62 por ciento en tres estrellas. Esto es normal en el conjunto del turismo español; este año por ejemplo, la ocupación en los hoteles de cinco estrellas subió casi un 20 por ciento, en los de cuatro estrellas —me refiero a los hoteles en el conjunto del Estado—, un 16 por ciento, y, en cambio, en los de una, dos y tres estrellas bajó la ocupación, o sea, cada vez el segmento alto es el que está alcanzando una mayor ocupación.

El presupuesto de Paradores para este año es de 283 millones, y las inversiones previstas entre Paradores y Turespaña para este año son de 70 millones. Esos 70

millones se desglosan de la siguiente manera: por una parte hay una inversión en nuevos paradores y, después, hay una inversión en reposición. La inversión en nuevos paradores de este año está previsto que sea, aproximadamente, de unos 12 millones por parte de Paradores, de la empresa, en una encomienda de gestión que le hace Turespaña, y, por parte de Turespaña, aproximadamente 13 millones y medio. El resto es reposición, es mantenimiento, y verán ustedes por qué. Son dos líneas. Una línea fundamental es la de mejorar nuestra oferta complementaria. Les he dicho cuántas piscinas había y cuántos spas había, pero fundamentalmente es en la línea del spa, que es el agua como complemento al alojamiento, por donde queremos crecer más. La otra es que los paradores están muy bien de fachada, pero hay que hacer fuertes inversiones en instalaciones, tanto en cocinas como en aire acondicionado, como en calefacción, o sea, todos los sistemas. De tal manera que este año Paradores prevé invertir 42 millones de euros solamente en grandes reparaciones, no en cambiar los cristales, no, sino en hacer cocinas nuevas, en hacer instalaciones de gas nuevas, de calefacción, de aire acondicionado, etcétera, y también en alguna reforma de mobiliario.

En principio, les doy nada más las cifras de estos años, y, además les digo que en este momento, aparte de esas 89 instalaciones, 89 paradores y un restaurante que tenemos, hay en construcción los paradores de Lorca, de Morella, de La Cruz de la Tejada, de La Granja, de Alcalá de Henares y de Santo Domingo de la Calzada; de ellos, tres los construye Turespaña (Lorca, Morella y La Cruz de la Tejada), los otros tres, en el caso de La Granja, lo está dirigiendo directamente el Ministerio de Economía y Hacienda a través de Patrimonio, y en el caso de Alcalá de Henares, lo hace directamente con una encomienda de gestión la Sociedad Paradores, S.A., y Santo Domingo de la Calzada también lo hizo Paradores, S.A.

Tenemos la lista de paradores decididos y en proyecto, entre los cuales están Ibiza, Cangas de Narcea, el Monasterio de Corias, Veruela, Villablino, Muxía, Badajoz, Estella, Cádiz, que es una ampliación del actualmente existente en el Hotel Atlántico, y Lleida. Después tenemos una larga lista, tenemos una lista de 23, que cuentan con estudios previos realizados ya y pendientes de la toma de decisión, con dificultades, y después tenemos una lista de 138, o sea, en la Secretaría General de Turismo hay 138 solicitudes de paradores. Yo digo que en este momento uno de mis principales trabajos en la secretaría es recibir a alcaldes que me vienen a pedir un parador, decirles que no y que salgan contentos. Esa es una de mis principales funciones en este momento, porque decirle que no a un alcalde siempre es muy difícil, pero, verdaderamente, es que la política del Gobierno en este momento no pasa por incrementar sustancialmente el número de paradores porque entendemos que Paradores no es una gran empresa de hostelería —de eso ya hay grandes empre-

sas, y todos ustedes tienen en este momento en la cabeza grandes empresas españolas de hoteles—, sino que es un instrumento de esa política a la cual he hecho referencia en el inicio de mi intervención.

Por mi parte, nada más, y quedo a su disposición para contestar con mi leal saber y entender las preguntas que tengan.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias por la extensa información.

A continuación, vamos por el mismo orden en el que se habían pedido las comparecencias.

Tiene la palabra por el Grupo Parlamentario Catalán el señor Guinart.

El señor **GUINART I SOLÁ**: En primer lugar, le quiero agradecer su comparecencia y esta referencia a sus nueve meses de parlamentario y diputado, condición suya que he conocido hace pocos días, con lo cual, esta casa no le es nueva.

Quisiera destacar de su intervención el principio, cuando usted resaltaba la importancia del sector turístico, que no siempre se corresponde con el valor que la sociedad le da. El mundo económico no siempre es consciente de la participación de este sector en el PIB, que es importante a nivel mundial —el 10 por ciento—, que es importante a nivel estatal —el 12 por ciento—, que lo es para nuestra comunidad especialmente, Cataluña, por ejemplo, —el 14 por ciento—, y que lo es para algunos municipios, los municipios llamados turísticos, que a veces superan también el 50 por ciento de su propio producto interior bruto, en tanto en cuanto son municipios que dependen en gran medida de este sector y para los cuales la dinámica del turismo es crucial en su devenir futuro.

Me han quedado una serie de cuestiones por conocer sobre las que me gustaría saber cuál es su opinión. Empezaríamos por la Comisión interministerial de Turismo que llevaba en el mes de junio, cuando usted lo comentó en una entrevista, cinco años sin actividad. Sin duda, nuestro Grupo entiende que es un instrumento muy necesario y muy útil, para todas las administraciones incluso la municipal, y todas las áreas de gestión de la Administración han de ser conscientes de que deben colaborar y deben tomar todas las medidas que tengan efecto sobre el turismo. Esta Comisión, que ya en el mes de junio se destacó que no se había reunido, entiendo que todavía no se ha reunido, con lo cual, por un lado, decimos que es muy importante este asunto, pero, luego, parece que cuesta mucho poner en marcha estas reuniones y que también el resto de ministros o ministerios sean conscientes precisamente del valor de sus decisiones en relación a las políticas turísticas, que no por turísticas, sino porque son políticas de Estado que tienen incidencia sobre el turismo, ya sean cuestiones ligadas a las infraestructuras, a Hacienda, a Economía, a Fomento, etcétera. En ese sentido, yo no puedo resistirme a comentar un tema que usted no ha citado,

ya que hablamos precisamente de intervenciones o de actuaciones de otros ministerios en relación con el turismo, como es la cuestión de la financiación de los municipios turísticos, cuestión que está en el aire, que ha sido tratada recientemente en el Congreso de Turismo de Cataluña y respecto a la que la doctrina que a veces uno lee en las revistas especializadas comenta con asiduidad y pone sobre el tapete la dificultad de los municipios turísticos para financiar los gastos adicionales que el turismo les representa, la modernización de las infraestructuras y su puesta al día, cuando precisamente son los municipios los primeros ámbitos o sitios donde los turistas, los visitantes, ya sean nacionales, ya sean extranjeros, perciben la modernización, la calidad de ese turismo, y para lo cual históricamente y tradicionalmente los municipios turísticos adolecen de esta falta de financiación. No sé si su secretaría general está en condiciones de hacer entender a otras instancias, a la Administración, la necesidad de hacer ahí una acción definitiva, ya no sólo de financiación, sino, previamente, también de ajuste jurídico, normativo, en la definición de lo que es realmente un municipio turístico.

También hemos leído los planteamientos de los grupos mayoritarios en este Parlamento sobre la necesidad de establecer un pacto para el turismo. No sé si esas cuestiones de financiación del sector turístico, de los municipios turísticos, debería incluirse en este pacto entre los partidos mayoritarios, al menos se plantean pero también en este aspecto nos gustaría resaltar la necesidad de que los partidos minoritarios también estuviéramos presentes en este pacto, especialmente los partidos de carácter autonómico o nacionalista, que, lógicamente, deberíamos participar en el mismo, ya que si no, probablemente no tendría la efectividad que debería tener. Si es que realmente somos conscientes de que hay que establecer una fórmula, una manera o una concienciación de que el turismo es tan importante para nuestra economía que realmente debe establecerse un pacto que, sobre todo, trascienda los vaivenes políticos que, como todos sabemos, de vez en cuando se dan.

Otra cuestión que me gustaría introducir es la gestión de las infraestructuras por parte de las comunidades autónomas, aquellas infraestructuras relacionadas con el turismo, especialmente, aeropuertos, puertos, algunas líneas de comunicación por Renfe, sobre todo cercanías, y cuál es su posición, cuál es la idea que tiene su secretaría general en relación con la posibilidad de que algunas infraestructuras con gran incidencia sobre el turismo pudieran ser gestionadas desde la cercanía, desde la proximidad que representan las comunidades autónomas.

En relación con los paradores de turismo, me gustaría conocer cuál es su pensamiento sobre la posibilidad de que sean transferidos a aquellas comunidades autónomas que tengan transferidas, valga la redundancia, de forma exclusiva las competencias en turismo, y si, en este caso, prosperaría según su parecer alguna iniciativa de Cataluña que reclamara la gestión de estos

instrumentos de política turística, como usted las llama. Por otro lado, usted decía que años atrás había sido objeto de debate su fórmula de gestión, si deberían ser o no privatizados, pero a mí me consta que no hace todavía ni tres meses que se sigue planteando en el debate público esa posibilidad de la privatización de la gestión de los paradores, al menos en alguna revista de prestigio del sector se plantea, lógicamente sin descartar lo que usted ha fijado que son los objetivos de política turística, pero una cosa es la titularidad y los objetivos, y otra es la gestión del día a día de estos establecimientos que, sin duda, serían mejor gestionados por los conocedores de este sector desde la óptica privada. Me refiero a un artículo del 29 de octubre de la revista *Editur*, que habla de esta posibilidad de que fuera privatizada la gestión de los paradores de turismo, y, lógicamente, también esto en relación con la posible transferencia a las comunidades autónomas.

Quisiera conocer cuál es su pensamiento en relación, y ligado con el anterior tema de la financiación de los municipios turísticos, del crecimiento imparable, no sé hasta qué punto sostenible, del turismo residencial frente al turismo de alojamiento tradicional, hotelero o camping, por el hecho de que, cada vez más, la presión urbanística sobre los municipios turísticos para crecer y para satisfacer la demanda de segundas residencias es mayor. Sin embargo, esto es, por otro lado, incompatible con una necesidad del turismo que es la de reservar el paisaje, los espacios naturales, y ahí se da una contradicción, que a veces se dice responde a la necesidad de financiar los municipios turísticos debido a que como no tienen otros ingresos o no tienen una fórmula de financiación diferente, ello les obliga a estar bastante relajados ante la presión del mercado que pretende seguir construyendo para responder a esa demanda. Esto no deja de ser un pez que se muerde la cola, porque si hay que obtener recursos para financiar los servicios municipales y se utiliza un sistema que no deja de ser perverso, luego esto va en contra de los intereses de los municipios turísticos que acaban ocupando todo su territorio con segundas residencias.

Me gustaría también conocer, y con más detalle, si desde el punto de vista de la acción o de la primera función de Turespaña como es la de la promoción, tienen pensado algunos planes específicos sobre turismos temáticos como el turismo cultural, el turismo gastronómico, el turismo de aventura o de deportes, el náutico que usted comentaba antes, y esto cómo se estructura dentro del organigrama de su secretaría general, la cual supongo que durante todo este tiempo de toma de contacto y de inicio de actividades habrá superado los problemas internos que trascendían al exterior en relación con las actitudes de ciertos funcionarios o de grupos de funcionarios que no estaban totalmente de acuerdo con las actitudes de unos y de otros. Ha trascendido que había distintos problemas entre personal interno de la secretaría general y me gustaría saber si esto ya está en una fase de superación o si todavía pro-

blemas internos van a seguir ralentizando según qué medidas, que valoramos como positivas y que usted nos ha ido explicando en su exposición.

Como habrá un segundo turno, espero, para poder matizar la respuesta.

El señor **PRESIDENTE**: Para intervenir en la segunda comparecencia, tiene la palabra la señora Fuentes, por el Grupo Socialista.

La señora **FUENTES PACHECO**: Ante todo, agradezco la presencia del secretario general de Turismo en esta Cámara y muestro nuestro un acuerdo firme con lo que hoy expresaba. De hecho, tan importante es para esta Comisión que hablemos de turismo, que estemos debatiendo sobre turismo, que una de las primeras comparecencias es exclusiva para hablar de forma específica durante toda la mañana precisamente del sector turístico.

No podemos obviar que supone el 12 por ciento del producto interior bruto en España y que en algunas comunidades autónomas se supera el producto interior bruto que genera el turismo en las mismas, y si eso es cuando hablamos de ingresos directos, mucho más cuando se habla de ingresos indirectos, que en España, además, suponen más del 11 por ciento de los empleos que se generan. En cierta medida estamos infravalorando la importancia y la calidad de nuestro turismo, no en vano somos la segunda potencia mundial y este año nos han visitado más de 52 millones de turistas, con lo cual, me parece que la importancia del sector turístico es vital. En esta Comisión está claro y todos lo tenemos claro; lo que pasa es que habrá que extender esta postura al resto de la sociedad, y eso también será un trabajo que le va a tocar a usted y a nosotros como representantes de los distintos grupos políticos dentro de la sociedad.

En primer lugar, quiero decirle que todos sabemos y conocemos que se están produciendo cambios dentro del sector turístico y las tendencias que se están marcando. Por lo tanto, hay que hacer un trabajo importantísimo, y ése le ha tocado a usted, y es volver a redefinir todo el sector turístico y empezar a hablar fundamentalmente de zonas, empezar a hablar de marca, y, como usted bien ha dicho, cuando han aumentado los datos que hemos obtenido en el sector turístico, fundamentalmente ha sido de mano del turismo de calidad, ha sido de mano de los turistas españoles, por lo cual nos parece muy importante esa labor que se ha iniciado por parte de la Secretaría General de Turismo de empezar a hablar de coordinación entre las distintas administraciones. Son muy importantes las competencias que tienen las distintas comunidades autónomas en este sentido y, por lo tanto, nos parece necesario que nos explique hoy en esta Cámara los convenios que se han firmado con las distintas comunidades autónomas, y, en profundidad, con algunas de ellas; por ejemplo, con esos 60 millones que su secretaría general va a invertir

en promoción, porque no podemos olvidar que la primera misión que tiene su secretaría general es promover España, pero, además, promover sus distintos territorios.

En segundo lugar, nos parece muy interesante que, además de definirse los territorios, se empiecen a definir los distintos segmentos, se empiece a hablar de segmentos muy especializados. Por lo tanto, nos parece preciso que nos explique la promoción de los distintos segmentos, si los planes y objetivos de promoción exterior que tiene Turespaña en 2005 se van a realizar, y, a los que usted ya ha hecho referencia en su intervención. Ya ha hablado usted de promoción, pero me gustaría que nos explicase los distintos territorios y, de los distintos territorios, cómo se va a hacer por parte de Turespaña.

En tercer lugar, usted ha explicado de la oferta que estamos dando y que nuestro turismo está dando hacia el exterior, por lo tanto, es importantísimo que la marca calidad, de la que usted ya nos ha hablado, impregne no solamente a algunas empresas, sino que llegue a todo el segmento turístico. De ahí que le pregunte, dentro de los planes de dinamización de productos turísticos que se están realizando, cómo se van a definir estas nuevas líneas, cómo se van a hacer en relación con cada uno de los territorios y cuál es el cuadro de los planes vigentes que se han marcado con las distintas comunidades autónomas. Desde luego, si estamos hablando de territorio, los planes de dinamización turística han sido una base fundamental para que nuestros territorios sean más competitivos, den mejor calidad y mejor producto en el exterior, que luego se promocionará, además, de una forma coherente.

También nos parece muy importante la iniciativa que ha tomado su secretaría general y que se ha dado en llamar FOMIT, por lo cual le preguntaría qué renovación se va a hacer desde el FOMIT en las distintas infraestructuras turísticas. Ya usted ha expuesto que, además, van a hacerlo agentes sociales implicados, otra de las labores importantes dentro de este FOMIT, pero cómo se van a marcar los objetivos y qué se está haciendo en este sentido.

Por último, en lo que a las actuaciones sobre la oferta se refiere, me gustaría que ahondase un poco más en el Plan de promoción de ciudades, porque me parece que es muy práctico lo que se va a hacer en las mismas, y además difiere mucho de la política que se había hecho hasta ahora por el Partido Popular. Este plan hace que todos los sectores se impliquen, con lo cual estamos multiplicando los recursos públicos, como fin último tiene que ser que tengamos los mejores resultados.

Nos ha hablado de un aumento en el número de turistas y nos ha hablado de un aumento en los resultados económicos, pero no nos ha explicado la proporción ni el número, ni cómo ha ido, y me gustaría que también ahondase en ese sentido.

Por último, y para incidir en lo que a mí me parece más interesante, me gustaría que ahondase en la coordi-

nación y en la cooperación. Me parece vital la cooperación con los distintos territorios porque dentro de las comunidades autónomas se hace una labor crucial y porque sé que se han realizado trabajos tanto en las distintas comunidades autónomas como con el exterior.

Para terminar, me parece básica la labor que se está haciendo en la modernización de todos los planes estratégicos del Instituto de Estudios Turísticos, pero, además, tenemos que explicitar la importancia que éste tiene. Es conocido mundialmente que estamos siendo líderes en cuanto a la definición de estadísticas, en cuanto a la ejecución de estadísticas, y es importantísimo que conozcamos bien las mismas porque ellas van a definir cómo tendremos que trabajar en los próximos años en el sector turístico, por lo cual me gustaría que explicase un poquito más ese plan estratégico del Instituto Exterior de Turismo, cómo se están relacionando estas estadísticas, porque que, además, tenemos la obligación de cuando algo funciona bien, decirlo, explicitarlo, y nuestro instituto está siendo bandera en todo el mundo.

Le felicito por el Plan de innovación tecnológica que se está ejecutando desde la secretaría general y por la importancia que a las nuevas tecnologías están dando desde la misma y le agradezco una vez más su presencia en esta Cámara. Por supuesto, usted cuando empezaba su intervención lo hacía llamando a la nostalgia y advirtiendo a que cuando usted intervenía en esta Cámara lo hacía por el bien del turismo; desde luego, en estos diputados, porque conozco esta Comisión, va a encontrar apoyo en tanto en cuanto vemos sus ganas de trabajar por el sector turístico y esas ganas concuerdan en mucho con todos y cada uno de los diputados.

El señor **PRESIDENTE** ¿Grupos que desean fijar posición? Tiene la palabra por el Grupo Popular el señor Fajarnés.

El señor **FAJARNÉS RIBAS**: En primer lugar, en nombre de mi Grupo Parlamentario, también quiero dar la bienvenida a esta Comisión de Industria, Turismo y Comercio al señor secretario general de Turismo y agradecerle, cómo no, la información que nos ha facilitado y todas las explicaciones que ha dado sobre las tres comparecencias que ha acumulado.

Con su comparecencia, son tres las veces que nos han venido a explicar cuáles son las políticas turísticas que se van a desarrollar desde el Gobierno, y es el quinto documento que tenemos los grupos parlamentarios para analizar detenidamente sus recorridos. Primero fue el ministro, luego fue el secretario de Estado, ahora es S.S., repitiendo análisis y políticas a aplicar. Sin embargo, ya llevamos diez meses de Gobierno socialista, ha habido tiempo para pasar de los análisis, las palabras y las buenas intenciones a los hechos con políticas decididas. Y hay que recordar que sus primeros hechos son, ni más ni menos, que los Presupuestos Generales

del Estado de 2005, presupuestos insuficientes para acometer de verdad el desarrollo de nuestros productos turísticos, dirigidos a la desestacionalización, a la diversificación y a la concentración turística, sobre todo después del recelo, de la incertidumbre y del estancamiento del sector. Presupuestos insuficientes en promoción, insuficiente colaboración con las comunidades autónomas, por lo menos con algunas, e insuficientes presupuestos en planes de revitalización de zonas turísticas.

Esos son, señor secretario general, señorías, los primeros hechos de la política del Gobierno, y no solamente la presentación de un plan de promoción. Quiero decirle que ya en septiembre de 2004 un informe del Banco de España advertía de la necesidad de acometer cambios urgentes en la política turística ante su estancamiento. A este respecto quisiéramos saber qué acciones se han llevado a cabo y tienen previstas para promover la desestacionalización, evitar la estacionalidad, y explicarnos sus palabras, las palabras del señor secretario general, de que se ha consolidado la tendencia a la desestacionalización de nuestra oferta, cuando es justamente lo contrario en algunos destinos españoles. Y, por cierto, el Gobierno anunció que potenciaría el turismo residencial porque desestacionaliza y crea riqueza. Quisiéramos saber cómo lo piensa hacer el ministerio y a qué se debe, además, el cambio cuando en el programa electoral del Partido Socialista hablaban justamente de lo contrario, del crecimiento desmesurado de las segundas residencias.

Y nos preocupa mucho que tras informes publicados por el INE y por Eurostat, y también con datos de Aduanas, los ingresos por turismo hasta octubre se hayan estancando, creciendo solo un 0,4 por ciento, frente a unos pagos que han crecido mucho, llegando incluso al 19,8 por ciento, siendo, cómo no, el resultado una caída del saldo turístico en un 4,2. Me gustaría recordar a sus señorías que de 1996 a 2003 el incremento medio del saldo fue de un 8,4 por ciento. Solo en la historia reciente de España se ha producido una caída del saldo turístico y fue justamente en el año 2002, el año siguiente a los atentados del 11 de septiembre, en el que el turismo mundial sufrió un retroceso sin precedentes, pero 2004 no es ni parecido el año 2002, es un año en el que el turismo mundial creció justamente un 10 por ciento. En consecuencia, para el Grupo Parlamentario Popular, la situación del turismo es preocupante. Las ventas exteriores están estancadas, mientras que el aumento de españoles que pasan sus vacaciones en el exterior es sustancial. Quisiéramos saber, señor secretario general, qué valoraciones hace sobre estas cifras y qué políticas acometerán para invertir estos resultados que, por cierto, contradicen lo que ha expresado aquí su señoría. Porque convendrá conmigo que el quid de la cuestión no es el aumento de turistas, sino tanto más el gasto turístico por persona que, por cierto, sigue una tendencia a la baja de forma alarmante. Esas son las cifras que también nos deben importar, al igual

que nos importa una buena promoción, con los mayores medios posibles, con un buen plan de promoción, como quizás el que nos ha presentado, señor secretario general, pero que tampoco se descuide la otra promoción, tan importante o más, como es la de ofrecer una buena imagen, una buena oferta, tener buenas infraestructuras, calidad, profesionalidad y seguridad ciudadana. Y ya podemos promocionar, por ejemplo, playas idílicas en el exterior, si luego la realidad es otra porque la señora Narbona no permite que se regeneren playas cuando hay temporales. No nos sirve absolutamente para nada.

Quería preguntarle sobre la dotación de nuevas infraestructuras. Usted ha hablado de los fondos de renovación de infraestructuras. Quisiera que nos ampliase un poco más la información que nos ha dado y, evidentemente, nos parece muy bien que el ministerio tenga previsto este fondo sobre infraestructuras. Quiero decirle esto porque contradice justamente lo que manifestó en esta Comisión el ministro de Industria, Turismo y Comercio en su primera y única comparecencia para hablar de turismo, en la que dijo que de infraestructuras desde el ministerio no querían saber absolutamente nada, y me remito al «Diario de Sesiones». Pero, en fin, no voy a entrar en las cuestiones que dijo el ministro, ni tampoco le voy a explicar, por obvio, lo importante que es ofrecer unas infraestructuras modernas, seguras y de calidad. Quiero preguntarle qué planes están previstos en infraestructuras para las zonas turísticas y si piensan cumplir lo prometido en su programa electoral de la puesta en marcha de planes específicos para las zonas turísticas maduras cuyo PIB autonómico depende en porcentajes importantes del turismo, y lo he citado, además, textualmente. También quiero preguntarle, señor secretario general, en qué quedó la promesa de una mayor seguridad integral, seguridad ciudadana, que ustedes llevaban en el programa electoral, en la página 140. Queremos saber en qué quedó establecer límites al uso del suelo con planes de custodia del territorio y programas de ordenación del territorio. No sabemos muy bien eso en qué quedó. Queremos también que nos explique el incremento de la cohesión interterritorial, y también queremos conocer el nuevo sistema de financiación de municipios turísticos, a lo que se comprometió el señor ministro en esta Comisión. No sabemos, a los 10 meses, absolutamente nada y queremos saber si van a cumplir o no el compromiso que adquirieron en esta Comisión.

Para finalizar este primer bloque de la comparecencia en lo que respecta a la secretaría general, a las dos primeras comparecencias, quisiéramos exponer nuestra preocupación por el anuncio de la noticia del aumento del paro en Alemania, sobrepasando los 5 millones de parados, con lo que esto puede representar negativamente a destinos como las islas Canarias y las islas Baleares, que podría acentuar aún más los comportamientos a la baja del turismo alemán con respecto a España. También quisiéramos saber su opinión y si se

han previsto acciones específicas en colaboración con las comunidades autónomas más afectadas. Por otro lado, quisiéramos saber si tienen prevista alguna iniciativa para paliar la tendencia a la baja de la contratación de paquetes turísticos de los turoperadores británicos en el turismo británico. Y, por último, no quiero dejar este bloque sin decirle que nos parece muy bien, señor secretario general, que nos haya hablado de sol y playa, y que se aumente de un 20 o un 30 por ciento al 50 por ciento lo que es la promoción, entre otras cuestiones porque contradice plenamente lo que alguna ministra dijo durante el verano, que el turismo de sol y playa había terminado. Celebramos que con esta información y con esta política desmienta a la ministra Narbona.

Con respecto al tema de Paradores, quiero agradecerle, señor secretario general, la información que nos ha dado. No ha hecho referencia al Plan estratégico 2004/2008, ha pasado por encima sin nombrarlo, pero yo sí que quiero entrar. Y quiero decirle que nos parece muy bien que en el Plan estratégico 2004/2008 se hable de que una prioridad de la política sea la optimización en la gestión de sus recursos, y que el plan gire, además, sobre cuatro líneas estratégicas: la competitividad, la eficacia, la calidad y la expansión de los paradores, porque justamente esas son las líneas que establecieron los antiguos gestores del Partido Popular; consiguieron, además, que fuese Paradores una empresa rentable, competitiva, eficaz y un emblema, además, como usted ha dicho, de calidad dentro y fuera de nuestro país. Sabemos que los resultados económicos de 2004 han sido unos buenos resultados, y yo quisiera, señor secretario general, que nos informase al respecto. Nos satisface también que se siga el camino emprendido por el Partido Popular y que el trabajo del presidente, Antoni Costa —buen amigo, ibicenco, conocedor del turismo, buen conocedor—, profundice en algunos aspectos innovadores o de moda, o en aportar nuevas tendencias, o más competitividad, o nuevos productos a la oferta de Paradores. Está bien, y en eso, señor secretario general, le digo que tiene todo el apoyo del Partido Popular. Y nos parece correcto también en el plan de Paradores hablar de segmentar la oferta turística con productos claros y diferenciados como, por ejemplo, como usted ha dicho antes y como se dice también en el plan, el tema del golf. Y nos parece bien que ustedes hablen de comercialización innovadora, pero nos gustaría también que nos informase un poco al respecto. Y quiero decirle, señoría, que también nos parece bien que se emprenda una expansión, porque es la continuación de la segunda expansión que inició el Partido Popular, con un crecimiento de un 13 por ciento —ahora hablan de un 10, en fin, no entraremos a discutir del 10 al 13—, con la construcción de los nuevos paradores que, por cierto, debo decirle que son prácticamente los mismos que había previstos con la anterior Administración. A este respecto, quisiéramos que nos informase un poco más detalladamente de las previsiones, de los plazos, de paradores previstos tan importantes como el de

Muxía, el de Ibiza, el de Villablino, en León, o los que están en estudio del monasterio de Veruela, el de Estella, el de Badajoz, el de Menorca, el de Corias y el de Lleida. Y también quisiéramos saber, señor secretario general, cuántas plazas hoteleras nuevas se van a aumentar este año en Paradores y cuántas acciones estructurales o de restauración se van a realizar durante el año 2005. Y para terminar, quiero, señor secretario general, agradecer, cómo no, su comparecencia en lo que respecta a Paradores, para exponernos la política del Gobierno y de Paradores y, de esta manera, compensar y desautorizar el programa electoral del Partido Socialista en materia de turismo, en donde ni tan siquiera se hacía una breve referencia a Paradores, ignorando su existencia. Por lo tanto, celebramos, señor secretario general, el cambio.

Y por último, señor secretario general, de los planes hay que pasar a los hechos, y eso es lo que va a vigilar y controlar el Grupo Parlamentario Popular para que se cumplan y se cumplan bien.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Beloki, por el Grupo del PNV.

El señor **BELOKI GUERRA**: Señor secretario general, desearía comenzar haciendo una especie de confesión poco ortodoxa desde la oposición, que es que me cuesta, si quisiera mostrarme muy discrepante con las opiniones que usted ha vertido tanto sobre política turística como sobre las estrategias adoptadas por su secretaría y, en general, por su ministerio; dicho con otras palabras, estoy básicamente de acuerdo. De ahí que mi exposición va a ir más a referirme, tampoco exactamente a las aplicaciones que de esas estrategias se esté haciendo, para mostrarme más o menos crítico, o más o menos de acuerdo, sino para subrayarle algunos de los puntos que he creído oír y leer en su comparecencia, y que son los puntos a los que mi grupo da una importancia realmente básica.

Empiezo por lo que seguramente para algunos puede ser el menos importante. Usted ha hablado de pensar en medio y largo plazo y, mire, para mí creo que es uno de los trabajos principales, sobre todo si, como he entendido, no se ha hecho en los últimos años. Porque si algo se debe hacer es permanentemente estar pensando, además de actuando en el corto, pensando en el medio y largo plazo, y eso de que no hay buen viento para el que no sabe adónde va, vale también para el turismo. Además, es la única forma de poder decir que no a muchas cosas, no sé si de forma muy amable y convincente, pero al menos con unos criterios básicos que hagan entender a alguien que vamos en una determinada dirección y que, como vamos en esa determinada dirección, se puede decir que no a un alcalde o a quien a usted le viene quizá con una visión más a corto. De forma que creo absolutamente necesario que, efectivamente, pensar a medio y largo plazo sea una actividad que se desarrolle hoy, que se desarrolle intensamente, y

voy a decir por qué, entre otras razones. Usted ha insistido y ha arrancado su comparecencia hablando de la importancia del turismo, y se han vuelto a destacar aquí cifras del 12 por ciento del PIB, 11 por ciento del empleo, etcétera. Mire, estoy de acuerdo, pero estoy de acuerdo en una determinada lectura que se hace de las cosas. Esa economía por la que había un sector primario y también un sector secundario y, al parecer, también un sector terciario y, además, sabíamos qué empresas se colocaban en el sector primario y cuáles en el sector secundario y terciario, esa economía ya no existe; alguien tendrá la cabeza ordenada en virtud de eso y querrá traducir la realidad a sus esquemas, pero tiene que cambiar sus esquemas porque la realidad hace tiempo que ha cambiado. Luego tenemos que abordar también el sector del turismo desde lo que es, desde lo que está siendo, desde lo que está siendo el conjunto de la economía, y, dentro de la economía, el turismo también. Las fronteras entre estos sectores no existe.

En segundo lugar, cuando estamos hablando —y desde este mismo ministerio, yo creo que con razón— de que es necesario desarrollar eso que genéricamente podemos llamar la sociedad de la información, y que es en esa sociedad en la que ya estamos y, sobre todo, estamos entrando, y ojalá que con más aceleración que con la que de hecho estamos entrando entremos. En esa sociedad de la información, ¿qué va a ser el turismo? Porque podemos estar hablando de visitantes que nos vienen de fuera o de visitas que nos quitamos unos a otros, y a eso lo podemos llamar turismo, y es turismo, pero son realidades muy complejas, que en el fondo poco tienen que ver con el concepto de turismo que seguramente todavía subyace en muchos de nosotros, en nuestras propias cabezas. De forma que es necesario entrar al análisis del turismo como una parte de una economía que es absolutamente distinta de la que estaba siendo hace unos cuantos años, desde criterios, por ejemplo, del valor añadido. ¿Qué es en el sector de la economía española y, en concreto, dentro del turismo el valor añadido que estamos nosotros incorporando a este sector? A ese respecto, yo echo en falta y he echado un poco en falta también en su intervención que usted nos dijera: estos son los turistas que vienen, 52 millones: ¿a cuántos aspiramos, a 120, a 52, a 70, o estamos contentos? ¿A cuántos aspiramos? Porque seguramente, según a cuántos aspiremos, igual resulta ser que estamos aspirando a determinados tipos de turistas o de visitantes, o como se quiera decir. De forma que a este respecto yo quiero decirle que sol y playa, pero ya no es el sol de antes ni la playa de antes, valdrá la marca de Miró, pero estamos hablando de otro sol y de otra playa, o es mejor si hablamos de otro sol y de otra playa que de los soles y de las playas de las que hemos venido hablando habitualmente. Y a ese respecto, otro de los principios que usted ha enunciado sobre el que creo que tenemos que reflexionar a fondo —éste ojalá se hiciera más al corto, pero, en el medio y largo plazo— es el papel de las administraciones públicas en

la promoción de este sector. Usted ha hecho ya distintas alusiones, y digo yo que las administraciones públicas en primer lugar tendríamos que reflexionar, digamos, la forma de trabajar el conjunto de las administraciones públicas entre nosotros en este tema, saber cuál es el papel del conjunto de las administraciones públicas y cómo luego nos distribuimos entre nosotros las administraciones públicas.

Usted ha hablado de coordinación, de cooperación, yo creo que, en efecto, tenemos que establecer un término que sea el adecuado y en el que nos entendamos todos. Para mí es un término que tiene que ver con colaboración, pero, en cualquier caso, en esto de los términos tampoco soy muy dado a mitificar ninguno de ellos. Lo que sí tengo claro es que en la nueva sociedad se trabaja en red, y red es red, son puntos que se conectan unos a otros y cada cual aporta a la red lo que él aporta y alguien se preocupa de que la red funcione, o todos nos preocupamos de que la red funcione, pero cada cual aporta. Y yo le diría que tanto respecto al conjunto de las administraciones como al tema de la implicación de los sectores económicos, este es un concepto clave. Estoy absolutamente de acuerdo cuando usted dice, si he entendido bien, que hay que ayudar al que se ayuda, de forma que cuando un ayuntamiento viene a solicitar tiene que venir con determinadas labores hechas porque, si no, no hay red, y hace usted bien en decir al sector privado: cuando usted quiera entrar en la red de trabajo, de promoción del turismo, venga usted con lo suyo, y definamos qué es lo suyo, porque lo que no cabe en la red es gente únicamente receptora, es gente que da y que recibe, y el resultado es el que es interesante para todos. Y yo le diría que, con estos conceptos, trabaje en estos proyectos que he creído entender que van a promocionar ustedes en serio, como el propio Instituto de Estudios Turísticos, una red del tema, como Segitur, etcétera. Y le digo esto no desde una visión que puede corresponder a un partido como el mío, que es de profunda descentralización, que creo que es necesaria, entre otras cosas, porque yo sí creo en el Estado de las autonomías, de verdad, pero es que, además, estoy absolutamente convencido de que es la forma más eficaz de trabajar por el turismo porque, efectivamente, eso es lo que significa trabajar en red.

Termino, señor secretario general, con lo que le decía al comienzo. En las estrategias no tengo posición mayor, hay que ver en las aplicaciones si vamos en la buena dirección y si algunos de los principios que yo he enunciado son principios que vamos viendo que en efecto se van aplicando, yo le diría, con un punto de radicalidad, porque seguramente es notable el cambio que hay que hacer y, como no se crea en el cambio y no se practique el cambio con radicalidad, éste nunca llega.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el secretario general de Turismo.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Espero haber tomado nota cumplidamente de todo lo que ustedes me han preguntado.

Empezaría contestando al señor Guinart, del Grupo de Convergència i Unió. Me hacía usted referencia a la interministerial. Sí, es cierto, ha habido que remodelarla, como le he dicho, y en este momento creo que es en el mes de marzo cuando tenemos previsto con el señor ministro que se reúna por primera vez. Estamos preparando en este momento el orden del día de los diferentes puntos que hacen referencia de manera transversal a los diferentes ministerios para poder desarrollarla. Tenía aquí la lista de los ministerios que forman parte, pero como me he hecho un lío con los papeles, no lo sé de memoria, si es necesario, se la haré llegar para que usted lo conozca; de todas maneras, está en el boletín oficial la nueva composición de la Comisión.

La financiación de municipios turísticos es un tema importante, y creo que aquí hay un montón de cosas mezcladas en las cuales deberíamos empezar a ponernos de acuerdo para poder hacer las cosas en serio. En este momento en la Ley de haciendas locales está prevista una financiación especial para los municipios turísticos, que supongo que usted, como buen alcalde, también conocerá. Es un sistema de financiación tan curioso como que, si se aplica estrictamente lo allí establecido, España tiene aproximadamente unos 16 municipios turísticos nada más, de los cuales hay uno en Baleares, uno en Cataluña, uno en Canarias, 12 en Valencia y uno en Andalucía, o sea, no sirve para nada lo que hay ahora, eso hay que cambiarlo, y estamos en cambiarlo. Si se hace una interpretación más laxa, en lugar de 16 ó 18 salen 80, pero también continúa siendo mentira, y con la misma proporción en cuanto a comunidades autónomas. Yo no sé quién fue capaz de redactar aquel artículo para que la cosa saliese de esa manera, eso no sirve. Ahora bien, cuando hablamos de financiación de municipios turísticos ¿de qué estamos hablando? Porque usted ha hecho referencia al congreso de Gerona, y en el congreso de Gerona lo que se dijo no me atrevo a calificarlo. Pero verdaderamente aquí hablamos de dos cosas; una cosa es la financiación de los municipios, que necesita seguramente ser revisada, y eso está en los planes del Gobierno, según parece está en el Ministerio de Hacienda; otra cosa es la financiación de los municipios turísticos en cuanto a municipios; y otra cosa es la financiación de la promoción de los destinos turísticos que son municipios. Lo que se planteó en Gerona fue una tasa para financiar los municipios. No, mire usted, si usted consigue finalmente ponerse de acuerdo con los empresarios de su ciudad para una tasa turística, será para la tasa de promoción, no para hacer cloacas, porque para hacer cloacas que pague todo el mundo. Por lo tanto, yo creo que hay ahí dos conceptos absolutamente diferentes. Entonces, en el tema de financiación creo que es general y ahí tendrá que implicarse todo el mundo, no solamente el sector turístico. Y en el tema de promoción, lléguese a acuer-

dos, quien quiera llegar, hay municipios donde se ha llegado y hay municipios donde no se ha llegado. Pero son dos conceptos diferentes, y para mí, por lo tanto, es un tema de Hacienda y de la Ley de haciendas locales. Estamos desde el ministerio empujando el tema de cara a que se redacte. Y con la comisión municipal de la FEMP ha habido reuniones de cara a llegar a una definición de municipio turístico que permita finalmente que estos municipios reciban esas aportaciones diferenciadas para poder financiar sus mayores gastos. De todas maneras, si me permiten, no sé si es muy correcto lo que voy a decir ahora, pero ¿qué es un municipio turístico?, porque eso será lo primero que tendremos que definir. Al alcalde de Lloret, que usted conocerá, en una ocasión le pregunté cuántos habitantes tenía y me dijo que 30.000, y cuántos habitantes tenía en verano y me dijo que 300.000, y yo le dije: Pues mire, lo mismo que en mi pueblo, San Cristóbal de la Polantera, provincia de León, que tiene 250 en invierno y 2.500 en verano; necesitará lo mismo. Por lo tanto, es la financiación de los municipios, no solamente de los municipios turísticos, porque también tienen problemas en mi pueblo para recoger las basuras. Yo creo que ahí debemos clarificarnos todos y nosotros por parte del ministerio tenemos suficientemente claro de qué manera hay que plantearse el tema de la financiación de los municipios, que es una cosa, la definición de los municipios turísticos, que es otra, y los programas de promoción de esos municipios, de acuerdo o sin acuerdo con los entes privados.

El tercer punto es el pacto por el turismo. Lo desconozco y no le puedo contestar, señor diputado. No sabía que los partidos mayoritarios estuviésemos haciendo un pacto por el turismo, y no sé si aquí los señores diputados de los grupos mayoritarios le podrán a usted informar. No le puedo, sinceramente, decir nada porque desconozco que exista un pacto en este sentido o no ha llegado, como mínimo, a mis oídos, no puedo contestar.

Gestión de infraestructuras. Mire, primero, cercanías no es una infraestructura turística, y si alguna comunidad autónoma está planteando que se le traspase cercanías será por otros motivos, pero no por motivos turísticos. Y en cuanto a puertos y aeropuertos sinceramente no puedo entrar en el tema. Lo que quiero es que estén bien gestionados, y en este momento creo que hay cauces abiertos, pero que no corresponden a mi ministerio y que, por lo tanto, no me correspondería a mí contestárselo en este momento, pero que hay cauces abiertos de cara a la colaboración para la gestión de estas infraestructuras.

Respecto a los paradores y las comunidades autónomas, desconocía el artículo que usted me dice de *Editur*, que es una revista seria, pero que, si afirma esas cosas, no es tan seria. No hay ninguna intención por parte del Gobierno; ni el anterior, ni el presente tuvieron ninguna intención de privatizar. Que el artículo exista no le digo yo que no, faltaría más, le digo que lo que yo no sé es que haya ninguna intención en ese sen-

tido. Y dentro del sector privado, como mínimo, en lo que son los interlocutores por parte de esta secretaría general, tanto la CEE como otros grupos que existen, no hay ninguna intención, no ha habido ninguna petición, es más, le diré que las peticiones han sido en contrario, por así decirlo: mantengan ustedes esto como un elemento que verdaderamente es un elemento que promociona de manera adecuada el alojamiento español de alta calidad.

Y en cuanto a la transferencia a las comunidades autónomas, es un instrumento de política turística del Estado, y yo que también soy, como decía el señor diputado del PNV, profundamente autonomista, creo que el Estado también tiene que tener unos instrumentos y, para esta política, Paradores es un gran instrumento y no creo que el troceamiento de Paradores en 17 fuese una manera de conseguir que este instrumento continúe siendo útil en los elementos que yo le he dicho antes. Lo que sí que hay es una muy buena colaboración con el conjunto de las comunidades autónomas de cara a la gestión de estos instrumentos de promoción en el exterior, y muchas de ellas, concretamente el País Vasco, Euskadi, una parte importante de la promoción la hace basándose justamente en Paradores, o sea, que es otro instrumento fundamental de la promoción de algunos territorios.

No le puedo contestar respecto a los temas de la expansión urbanística y el turismo residencial. Lo que sí quisiera dejar claro es que estamos en un país lleno de tópicos sobre los sistemas de turismo, en el cual uno dice que el turismo residencial no es bueno, el otro dice que el turismo de hotel no es bueno, que el bueno es el residencial. Mire usted, lo que quiero decirle es que tengo entendido que estamos en un país libre, que nuestra obligación desde la Administración del Estado es conseguir que vengan más turistas y que consuman más, en el buen sentido de la palabra, que gasten más, y, finalmente, si optan por el hotel, o por la residencia, no es problema de la Administración turística. Sí es el problema de la ocupación del territorio, y entonces quiere decir que corresponde a otro ministerio, que será Fomento y Medio Ambiente, y corresponde fundamentalmente a los ayuntamientos y a las comunidades autónomas la definición de esas políticas, y, por lo tanto, yo no voy a entrar a intentar definir las. A mí me parece que el turismo residencial forma parte de la oferta del turismo español y es tan bueno como puede ser el turismo de hoteles, o de apartamentos, o como puede ser el camping, o como puede ser cualquier otro tipo de utilización. Lo que nosotros necesitamos es que el turismo venga aquí a disfrutar de nuestra oferta, no solamente del sol y playa, sino del conjunto —que también el representante del PNV y el representante del PP han hecho referencia—, y, por lo tanto, lo que utilice para dormir es que ahí la Administración no va a entrar. Antes, en una pregunta posterior, me han preguntado que lo definiese perfectamente. Yo creo que hay una definición perfecta de cuáles son las competencias: la

de la Administración, en todos sus niveles, es promocionar, y la de la empresa es vender; la Administración no comercializa, y donde comercializa no hace bien en comercializar porque no debe hacerlo, y la Administración en sus niveles lo que tiene que hacer es promocionar. Y lo que tenemos que conseguir es que la promoción y la comercialización confluyan, no como ha sucedido durante muchos años en que hemos sido absolutamente divergentes, porque mientras la promoción se estaba haciendo en una línea, a mi entender correcta, de promocionar la mejora de nuestro producto porque era real, la comercialización estaba yendo hacia precios cada vez más bajos. Aquí tenemos obligación de conseguir que se vayan juntando las dos líneas en lugar de ir separándose cada vez más, pero en lo otro, ya le digo, irá la gente donde quiera. Y respecto a la creación de más espacios, serán exactamente los ayuntamientos y las comunidades autónomas quienes tengan la competencia, y no, por lo tanto, nuestro ministerio.

En cuanto a problemas de personal, me ha dejado usted con la boca abierta. Problemas de personal yo, desde que estoy en la secretaría general, no los he visto nunca, y supongo que hace usted referencia a una vieja pelea que hubo sobre técnicos procedentes de una clase o de otra. No voy a entrar, pero le puedo decir que la armonía en este momento en mi secretaría general es total. Me parece que la gente está trabajando con los proyectos, y más bien tengo que reñir a la gente porque salen demasiado tarde de trabajar, pues se quedan a trabajar mucho más de lo que les corresponde, o sea, que en ese sentido estoy encantado. Y lo mismo puedo decir de las oficinas en el extranjero. Piense usted que este año, por primera vez, y dentro del plan de objetivos, hemos puesto deberes a las 31 oficinas que tenemos en el extranjero, deberes firmados y que el día 31 de diciembre van a ser evaluados, funciones que tienen que hacer y tareas que tienen que hacer en concreto, que son ellos mismos quienes las han definido dentro de la evaluación de ese plan de objetivos que hemos elaborado para el año 2005 a lo largo del verano y del otoño. Me parece que no había ninguna pregunta más por su parte.

Paso a intentar contestar —me voy a perder, seguro— las preguntas de la diputada del Grupo Socialista, señora Fuentes. Me preguntaba usted cuáles eran los convenios con las comunidades autónomas, los que se habían desarrollado, y de memoria le puedo garantizar que no me los sé y soy incapaz de encontrarlos. Los convenios que se han desarrollado se han desarrollado, como le he dicho, con siete comunidades autónomas; tenemos firmados con cinco y hay pendientes dos, y esperamos llegar a una tercera. Son convenios globales y son convenios, diríamos, donde lo que se hace es la campaña de publicidad de manera conjunta, pero tan importante o más importante que eso —porque piensen ustedes que de los 60 millones de promoción, 32 son dedicados a la campaña de publicidad y 30 son otras acciones— son las acciones. Dentro de esas acciones,

va lo que está previsto en cada una de las comunidades autónomas, y me ofrecería a enviarle a usted el cuadro, porque antes lo he leído, si usted recuerda todo el listado. Por poner un ejemplo, en su comunidad, ya que usted es andaluza, lo que vamos a hacer va a ser: 11 acciones de 64 viajes de agentes de viajes que vengan del extranjero, que vengan aquí; 16 de agentes de prensa, o sea, de lo que se llaman *fun plays* y *fun trips*; y después, vamos a hacer 16 *workshops* y 11 acciones directas sobre el terreno, o sea, viniendo directamente agentes a desarrollar aquí la actividad de presentación del producto; esto hace un total de 107 acciones. Estas son para mí más importantes incluso que las propias acciones de la publicidad, porque, en definitiva, son más rentables. Y en ese sentido estamos intentando trabajar. ¿Cómo se invierten los 60 millones? Ya se lo he contestado ahora. Hay 32 que se invierten en la campaña de publicidad, 28 que se invierten en las acciones promocionales, que vuelvo a repetir que para mí son mucho más interesantes y mucho más fructíferas.

Planes de dinamización. Los criterios de los planes de dinamización no he querido exponerlos antes en mi exposición, pero, en principio, le hago una sucinta relación de los mismos. Son los criterios elaborados en la mesa de directores generales con las 17 comunidades autónomas y Ceuta más Melilla. En primer lugar, la calidad del documento del plan estratégico que se presenta, que da soporte, diríamos, a esta petición. En segundo lugar, el territorio, al que ya he hecho referencia, o sea, no centrarnos simplemente en un municipio. Por poner un ejemplo, muy conocido por mí porque es en la provincia de Barcelona, como es Pineda y Calella. Se hace el plan de Pineda y no se hace el plan de Calella, con lo cual, llega un momento en que, como los dos municipios están juntos, hay una calle donde la mitad del plan actúa y la otra mitad no actúa. Lo que hay que hacer es buscar una cierta coherencia al territorio. Esto fue otro de los elementos que en la mesa de directores generales decidimos. El tercer criterio sería referido al producto, referido al producto quiere decir que en muchos casos se ha entendido como una inversión en infraestructuras y no es eso, sino que es el transformar en atractivo en producto, que es lo que antes les decía yo a ustedes. O sea, ya existe el restaurante, pero ese restaurante tiene que tener una promoción, tiene que tener unos horarios, tiene que tener unas ofertas, tienes que poder colocarlo en un paquete que después lo llevas y lo puedas llevar a comercializar. Claro que existe la casa de comidas, y existe desde la época de nuestros abuelos, pero eso hay que transformarlo, y para transformarlo en un producto turístico hay que hacer esto. En cuarto lugar, el programa medioambiental, o sea, que haya, por lo tanto, un respeto al desarrollo y a la sostenibilidad dentro de estos programas. El quinto, que se establezcan criterios de formación. O sea que el desarrollo del plan no solamente sea ir pensando e ir creando los productos, e ir pensando cómo se dinamizan o ir creando centros de interés, o centros de inter-

pretación, etcétera, sino que haya también un programa de capacitación del personal, que se desarrolla a través de las consultorías adecuadas o a través de las escuelas o de los programas que se establezcan en la misma demanda. En sexto lugar, promoción y comercialización, que es a lo que he hecho referencia continuamente. En séptimo lugar, complementariedad del plan con otros productos turísticos del territorio. O sea, cuando se están creando estos nuevos productos, se están poniendo estos nuevos productos en el mercado, que se tengan en cuenta los productos que hay alrededor también, que no sean absolutamente contrapuestos sino que se encuentre la manera de complementarlos. Cuáles son, en octavo lugar, los criterios de repercusión socioeconómica del plan en el territorio. El noveno es el criterio de participación del sector privado en la ejecución del plan. Este es el que tenemos que acabar de renovar porque, como les decía ya en mi intervención primera, participar es muy fácil si finalmente no estás implicado. En la próxima reunión (no querría equivocarme ante sus señorías, pero me parece que es el 2 de marzo la próxima reunión de la mesa de directores generales; me dicen que no, que es el 9 en Sevilla), justamente es donde acabaremos de dar la última vuelta de tuerca a este punto para ver si finalmente hacemos esta implicación también económica. Y después, el décimo es el criterio de solvencia técnica del participante que, como les decía en mi primera intervención, lo que pretendemos es que de alguna manera los propios municipios sean capaces de asumir eso, con personal propio cualificado si lo tienen o, si no, cualificándolo, más que ir a buscar demasiadas ayudas externas desde el punto de vista de soporte técnico.

El Fomit, renovación. No le puedo contestar, señora diputada, qué renovaciones va a desarrollar el Fomit. Van a ser los ayuntamientos, justamente los ayuntamientos y las comunidades autónomas. Porque, indudablemente, estos planes, yo no les he explicado toda la mecánica, pero en principio son presentados por los ayuntamientos, que deben enviarlos a las comunidades autónomas que son las que los remiten a la secretaría de Estado. O sea, pueden ir directamente desde el municipio, serán los municipios los que tendrán que establecer las condiciones. En este momento, el único plan que tenemos un poco diseñado y en marcha —y sabemos un poco, no el conjunto— es el Plan de la bahía de la playa de Palma, que ya se firmó, que no entra dentro de los Fomit, pero, naturalmente, podrán utilizar los Fomit tanto el Ayuntamiento de Palma como el de Lluchmajor, como un elemento de financiación del propio plan.

Promoción de las ciudades. No hay mucho más de lo que ya les he explicado antes, simplemente conseguir entender que para las ciudades es un instrumento de promoción, no un centro de costes sino un centro de ingresos, o sea, no un centro de gasto, no un centro que grava al presupuesto municipal, sino que es capaz de generar sus propios ingresos para transformarse en un elemento promocionador. Esto existe, supongo que no

revelo nada. Todos ustedes saben que existe, concretamente en Barcelona, a través de Turismo de Barcelona, fue creado hace once años y está funcionando desde entonces yo creo que magníficamente bien. Hay otras experiencias que se están desarrollando en estos momentos, hay otras ciudades que lo están poniendo en marcha, como Toledo o como Jaén, en definitiva, hay más. Pretendemos crear este modelo porque es el modelo de colaboración pública-privada, no es un coste para el ayuntamiento, sino que se tiene que transformar en un instrumento capaz de generar los ingresos necesarios para poder promocionarse.

Cifras turísticas. En grandes cifras, son los 53,6 millones de turistas que hemos tenido este año. Normalmente se depuraba en el mes de diciembre, nosotros vamos a depurar esta cifra en el mes de marzo; creo que un trimestre es más que suficiente para cuadrarla. Tal como ha hecho referencia otro diputado, a 30 de octubre, los ingresos habían crecido en un 0,4; a 30 de septiembre, habían crecido en un 0,1; esto quiere decir que octubre ha subido 3 décimas; si octubre ha subido 3 décimas, noviembre y diciembre, que han crecido un 9,6 y un 12,5, crecerán algo más de 3 décimas. Yo supongo que acabaremos —supongo, por lo tanto, entendiéndolo ustedes de esa manera— con un crecimiento de los ingresos sobre el 1,2 ó 1,3; puedo equivocarme, pero seguramente será más del 0,4. Si hacemos esto la relación con el número de turistas que ha venido, esto quiere decir que ha habido menos gasto por turista. Para saber cómo ha sido eso, yo necesito tener los datos de Egatur, Frontur y Familitur juntos y no los tendré hasta el mes de abril. Lo único que afirmo —y ya lo he afirmado antes— es que quien saque conclusiones sobre esos datos está utilizando la bola de cristal, pero no está poniendo ciencia, que es lo que este sector necesita; no está poniendo conocimiento, sino que está inventando. En marzo o en abril, cuando tengamos los datos, podremos saber de verdad qué ha pasado y podremos saber si ha gastado menos porque ha estado menos o porque de verdad ha gastado menos estando más; también ha estado menos, por tanto, si ha estado menos, a lo mejor estando menos ha gastado más. Mientras no tengamos el conjunto de los datos, todo el que hace afirmaciones sobre eso, con toda la buena voluntad del mundo, se está equivocando.

Yo no hago esas afirmaciones, lo que digo en este momento es que han venido 53,6 millones de turistas, que al 30 de octubre los ingresos han subido el 0,4; que, tal como ha dicho también antes el diputado Fajarnés, es verdad que los españoles este año hemos gastado un 19,8 más que el año pasado. Naturalmente, la balanza es negativa, pero no porque haya habido menos ingresos —ha habido más ingresos— sino porque lo que se ha disparado ha sido el gasto de los españoles. Si hubiese ingresos negativos, entonces se podría decir. Naturalmente, la balanza, y usted lo ha dicho muy bien, sale negativa, pero sale negativa por el exceso de gasto, o sea, porque hemos gastado más. Es una decisión que

hemos tomado nosotros, pero ingresos por turismo ha habido más, y lo digo muy alto porque es lo real, lo que sucede es que ha habido más gasto.

En cuanto a coordinación y cooperación, me parece que ya he explicado a través de los instrumentos que se desarrolla. Si conseguimos firmar los convenios a los que yo le he hecho referencia antes, señora diputada, nosotros tendríamos casi el 80 por ciento del territorio dentro de los convenios. Para nosotros sería muy importante, esencial, que la proyección exterior la promoción exterior de España, salga toda conjuntamente, con ese paraguas que les decía yo antes, pero colaborando conjuntamente las comunidades autónomas, las grandes naturalmente. Hay comunidades autónomas que desarrollan la campaña en el exterior sin llevar a cabo ninguna campaña cooperativa por parte de ellas porque simplemente nos dicen: usted salga, que con lo que usted hace ya tengo bastante. O sea, en otras comunidades no tiene sentido, seguramente por su pequeñez, el que se haga esa campaña exterior y ese esfuerzo; supone un esfuerzo porque son cooperativas y quiere decir que tienen que pagar un 50 por ciento, es decir, un 50 lo paga Turespaña y otro 50 lo tiene que pagar la comunidad autónoma. Yo, creo que, estamos consiguiendo una buena relación, que en la Mesa de directores generales trabajamos duro y, si conseguimos salir con una sola imagen, para nosotros sería importantísimo; este año esperamos conseguirlo. Cuidado, con una sola imagen paraguas, como les he dicho, y diferenciando cada uno de los territorios o cada uno de los productos, pues son absolutamente diferentes. En ese sentido, para nosotros lo importante es, dirigir el producto y segmentar el producto que dirigimos a cada uno de ellos.

En cuanto al plan estratégico del IET, nada más le puedo apuntar lo que le he dicho antes, señora diputada, porque estamos empezando a hacerlo. Así como en el caso de Turespaña sí que hemos desarrollado el plan de objetivos, en el caso del Instituto de Estudios Turísticos, la idea es desarrollar a lo largo de este año estas ideas, o sea, esta conjunción de las tres, —Frontur, Familitur y Egatur—, conseguir unificarlas de tal manera que el 30 de cada mes tengamos esos resultados. Es diferente repensar de cara al futuro el plan estratégico; lo estamos iniciando en estos momentos, pero estará a su disposición en cuanto lo desarrollemos.

Paso a contestar al señor Fajarnés, del Grupo Popular, un largo listado de preguntas. El otro día pensaba que una de las cosas que más daño hace al turismo son los tópicos. Existe un montón de tópicos sobre el turismo. Te puedes encontrar, como me pasó a mí hace cuatro días con un señor que me dijo que Benidorm es horrible, yo le pregunté que cuánto tiempo hacía que no iba a Benidorm? Benidorm es un tipo de turismo que a unos señores les gustará y a otros no —no lea voy a decir yo a sus señorías si me gusta o no me gusta—, pero lo cierto es que en Benidorm se ha hecho un desarrollo extraordinario y una renovación extraordinaria,

es un destino turístico de primera calidad en este momento. Bueno, pues me afirmaba tranquilamente que Benidorm es un desastre y, además, todo masificado; Nueva York también está llena de gente —qué quiere que yo le diga—, y nadie dice que Nueva York sea un desastre por estar llena de gente. Tenemos una serie de tópicos y lamento decir que usted a lo largo de su intervención ha dicho unos cuantos de esos tópicos. Mire, esto es economía, y, como es economía, es básico para todos nosotros; además, es el sector más básico de la economía española.

Los presupuestos de 2005 son escasos. Por definición, los presupuestos siempre son escasos, en opinión del responsable de gestionar, que en este caso soy yo, pero, no se puede considerar escaso un 10,5 de aumento. Yo he dicho en mi intervención que consideraba que el presupuesto era adecuado; de ninguna manera diré que me sobra porque entonces imagínese usted, me cesa el ministro. El presupuesto era adecuado, pero lo que yo quería hacer era gastar diferente. He dicho, además, que del conjunto del presupuesto de lo que es promoción, que son esos 60 millones, 32 van a publicidad y 28 a acciones promocionales, y que yo querría llegar a estirarlo para que fuese más a acciones promocionales porque quiero muchas, y dejar un poco más reducida la publicidad, teniendo que estar presente porque cualquier marca, o está en el mercado o no existe. Yo no creo, sinceramente, que se pueda decir que los presupuestos de 2005 son escasos, lo que pasa es que siempre querrías tener más presupuesto; no son escasos sobre todo teniendo en cuenta el aumento del 10,5.

Ha dicho también que no nos dedicábamos a la desestacionalización. Mire usted, es que, además, por puñetera casualidad ésa es una de las cosas que llevo clavadas en el corazón. Yo llego en el mes de mayo y el 1 de octubre sale una campaña —octubre, noviembre y diciembre— para desestacionalizar, vendiendo destinos de sol y playa, excepto Canarias, que de verdad es sol y playa, es temporada alta para ellos esa época, sobre todo noviembre y diciembre. Yo no diría que no hemos luchado por la desestacionalización, es por lo que estamos luchando y estamos orgullosos de los resultados de este año. A usted, ya que ha hecho tantas referencias a su grupo político, como yo soy de otro grupo político y estoy muy orgulloso de serlo, pues le diría que lo más importante de este año es que ha habido desestacionalización y, como un tiempo han estado unos y otro tiempo hemos estado los otros, nos podemos poner conjunta la medalla. No me diga usted que no hemos luchado contra la desestacionalización porque es en lo que estamos; concretamente en aquellos destinos donde hay mayor estacionalidad es donde hemos estado insistiendo más en que tan importante como vender —entendiendo que sean destinos de sol y playa— sol y playa era vender lo otro, porque si nosotros conseguíamos subir 10 puntos en época de desestacionalización —y usted que es de Baleares lo sabe perfectamente—, era mucho mejor que subir 2 puntos en agosto, puesto que

subir 2 puntos en agosto es casi imposible porque está lleno. Esa es la manera y eso es contra lo que hemos luchado.

En cuanto a la renovación de destinos, le contesto lo mismo que le contestaba a la diputada socialista, serán los ayuntamientos los que lo propongan, nosotros sólo hemos creado un pequeño instrumento. Usted hace referencia a que el señor ministro dijo que de infraestructuras nada, y lo que dijo fue que de infraestructuras a fondo perdido, nada, que fue lo que se le planteó en aquel momento. Eso lo mantenemos a rajatabla. De destino de infraestructuras privadas a fondo perdido, nada, pero buscar fuentes de financiación con líneas preferenciales, naturalmente que sí, ahora bien —fíjese en un pequeño detalle—, siempre y cuando vengan dentro de un plan que de verdad sea renovar el destino.

Yo creo que lo más novedoso del Fomit —tiene razón usted— no es que sean 100 millones de euros lo que hay disponible, lo más novedoso del Fomit es que van a tener que venir en red, la iniciativa privada y la iniciativa pública, lo que nos decía el diputado del PNV, o sea, vengan ustedes juntos, porque es que, si no, no sirve para nada. Ya puede hacer el esfuerzo el ayuntamiento que, si no hace el esfuerzo el privado no sirve. Esto es lo que hemos puesto en marcha, yo creo que es una buena acción y que puede ser un instrumento válido justamente para esas infraestructuras a las que hacía referencia el señor diputado y alcalde, el primero de los que han preguntado.

Ha vuelto a insistir en la desestacionalización diciendo que se fomentará el turismo residencial. Nosotros fomentamos el que vengan turistas extranjeros, también los españoles, pero, naturalmente, ahí nosotros no tenemos ninguna competencia; la promoción del turismo interior es de las comunidades autónomas, no es del Estado, por lo tanto, nosotros solamente podemos actuar y actuamos en la promoción del turismo. Vuelvo a decirles, que no seré yo quien les diga, donde venir, no tengo ninguna vocación estalinista, por lo tanto no pienso decirles dónde tienen que ir, el mercado es el que determinará. A mí en ocasiones me y dicen que hay demasiadas plazas hoteleras. ¿Y qué? Mi problema en todo caso, desde mis responsabilidades en el ministerio, es conseguir que venga gente suficiente como para que esas plazas se llenen. Además, las competencias en este caso están traspasadas a las comunidades autónomas y a los ayuntamientos. Por lo tanto, el que haya o no haya más suelo, que se urbanice o no se urbanice más suelo, no me lo pregunte a mí. Yo le contesto lo que le puedo contestar, señor diputado, y nada más.

En cuanto a los ingresos, ya he hecho referencia a que ha habido un decrecimiento. Ha dicho usted en un momento dado que desde 2002 hubo un decrecimiento. Depende, según se mire, el único decrecimiento que ha habido en los últimos diez años (desde el año 1995 hasta el año 2005) en el turismo es el de 2003, según datos del Instituto de Estudios Turísticos; no recuerdo en este momento otros datos de memoria, por lo tanto,

no puedo decirle si es así. Dice usted que es preocupante. Mire, lo preocupante es que no pensemos en el futuro del turismo. Nosotros estamos intentando poner los mimbres para hacer el cesto, vamos a tener la colaboración de todo el mundo porque así lo hemos tratado con las comunidades autónomas en la sectorial tanto el señor ministro como un servidor, y vamos a ver de qué manera el turismo dentro de quince o veinte años continúa siendo esencial para la economía española, que eso es, en definitiva, lo que nosotros tenemos que conseguir. Para eso habrá que pensar con esa sensación de futuro y en la línea de red que antes nos apuntaba el señor diputado representante del PNV.

El gasto turístico por persona. Respecto a 2004 me niego a dar los datos, no tengo la ciencia, no tengo las fuentes, es que no están. En cuanto a las proyecciones vuelvo a repetir, las proyecciones serían reales tuviesen en cuenta un crecimiento que era el que todos esperábamos. El desorbitado crecimiento que hubo, que nadie esperaba, de octubre, noviembre y diciembre, pues, es el que hace que en este momento sea muy difícil ajustar cualquier previsión. Me comprometo a poner a disposición de ustedes las proyecciones justamente en el mes de marzo-abril.

Me hablaba usted de buena imagen y buena oferta. Yo creo que tenemos una magnífica imagen y una magnífica oferta. Naturalmente que tenemos algún destino obsoleto, naturalmente que tenemos algún destino degradado, no destino en su conjunto sino alguna parte del destino. Ha habido destinos —y no citaré ninguno— que este verano han sido absolutamente denigrados y en cambio se ha hecho un esfuerzo grandioso tanto por parte del ayuntamiento como de la empresa privada para tenerlo al día; faltan trozos, claro, porque tampoco es aquello de la varita mágica. Yo creo que tenemos una magnífica oferta. Ya sé que me acusan, sobre todo los medios de información, de ser un optimista. No es que sea un optimista, es que es la realidad, si queremos mirar la realidad, claro. Si lo que queremos es decir que, en aquella playa, aquel trozo está hecho un asco, seguro que puede haber un trozo; será ese trozo, pero hay 6 kilómetros de playa que están magníficos y, además, el agua está depurada. Para nosotros la calidad continúa siendo nuestro elemento. Yo creo que tenemos una buena imagen y que tenemos una buena oferta.

En cuanto a seguridad ciudadana, también me ha dejado usted un poco descolocado, señor diputado. Como no venía preparado para el tema, los únicos datos que tengo sobre mejora de seguridad ciudadana, respecto al turismo, son los de la Comunidad de Madrid; ha mejorado sustancialmente, según han informado las autoridades de Madrid. Ha habido detalles como el hecho de permitir las autoridades que los turistas japoneses lleven fotocopia en lugar de llevar el pasaporte; uno de los productos más buscados en el mercado era el pasaporte japonés, y el hecho de haber conseguido la autorización del ministerio, que se solicitó al ministro

José Antonio Alonso, de que puedan llevar fotocopia en lugar de tener que llevar el pasaporte ha supuesto un descenso drástico de los robos a japoneses. Son datos dados por el Ayuntamiento y por la Comunidad de Madrid. Son los únicos que recuerdo, no recuerdo que haya aumentado la inseguridad. Además, la seguridad es uno de los elementos básicos de la oferta turística española; cuando hablo de seguridad, no hablo de robos ni hablo de policía, hablo de que tenemos las playas depuradas, de que tenemos las arenas de las playas limpias, de que tenemos nuestras ciudades limpias, de que tenemos unos servicios sanitarios eficientes. Un señor que se va a Turquía, si se le pone el niño enfermo, seguramente se vuelve a Reino Unido; un señor en Mallorca o en Málaga o en Sevilla, o en Santiago de Compostela o en Donosti, si se le pone enfermo el niño, se va al hospital, y seguramente el hospital nuestro es mejor que el que él tiene en su pueblo, en Dusseldorf o en Sheffield. Eso es seguridad. En estos momentos hay destinos de familia que no sé si conoce el alcalde, que es de un poco más arriba, no es de la costa del Maresme, pero en la costa del Maresme hay destinos que están basándose justamente en vender este ejemplo de que es un destino absolutamente seguro, donde usted tiene de todo, o sea, la seguridad es el elemento básico de sustancia en nuestra casa. Y España está colocada, y así me lo dicen los turoperadores, dentro del mercado como un destino seguro.

Ordenación del territorio. Yo me había apuntado aquí una palabra, señor diputado, que era que no soy Leonardo da Vinci, por lo tanto, no sé de todo; de ordenación del territorio no entiendo y, además, no me corresponde. Por lo tanto, no le contestaré en este sentido a la pregunta.

Sobre el sistema de financiación de municipios turísticos me parece que he explicado exhaustivamente cuál es la situación anteriormente, en la respuesta al diputado de Convergència, por lo tanto, no lo querría repetir.

Ha dicho una cosa que sí que es un tópico: la bajada del turismo alemán. Señor diputado, después de tres años es el primer año que sube. ¿O es que no ha visto usted las estadísticas? Pues entonces, ¿por qué me dice eso? ¿Ha bajado el turismo alemán? Pues entonces las estadísticas son falsas.

En cuanto a la baja de los turoperadores ha cambiado el turismo, en los últimos años los usos y costumbres del turismo han cambiado absolutamente. Antes, en el mes de noviembre los alemanes estaban contratando sus vacaciones de verano; ahora, las contratan en marzo. Por lo tanto, aquellas previsiones que eran tan típicas y tan típicas en los medios de comunicación de que en noviembre se sabía qué ocupación íbamos a tener en verano o en diciembre, que no se tienen ahora porque si no han vendido. Segundo, la gente, y usted lo sabe porque es un buen conocedor del mundo del turismo, también ha cambiado sus costumbres en cuanto a comprar paquetes o comprar individual; los paquetes han caído absolutamente y serán los turoperadores los

que tendrán que hacer la promoción necesaria para conseguir volver a hacerlos más atractivos. La gente en este momento quiere organizarse su viaje individual, ha cambiado, ha cambiado el momento de comprarlo, ha cambiado el tipo de viaje que se compra, ha cambiado el tipo de transporte que se utiliza, y usted conoce perfectamente cómo se ha disparado la utilización de las compañías de bajo coste.

Nosotros lo que sí que vamos a hacer este año como novedoso, y no lo habíamos hecho hasta ahora, es lo siguiente. Hay la campaña de Turespaña de promoción del producto España en el mercado exterior, la campaña corporativa que se hace fundamentalmente con las comunidades autónomas, algunas campañas de productos (camino de Santiago, etcétera) que se hacen con un conjunto de comunidades o un conjunto de territorios, y, en una segunda fase, no en la primera, no antes del verano, pero sí de cara a la desestacionalización de la que usted hablaba antes, sí que vamos a intentar de cara al último cuatrimestre (septiembre, octubre, noviembre y diciembre) alguna campaña cooperativa comunidades autónomas, Turespaña y turoperadores privados.

Ahora bien, lo que sí le puedo decir es que no lo haremos al estilo de otros países, y no señalo a ninguno: ni les vamos a pagar el queroseno de los aviones, ni les vamos a pagar los anuncios de publicidad, ni vamos a hacer todo eso; va a ser pagado a tercios y haciendo la publicidad donde el paraguas sea justamente España y Turespaña. Estamos ya hablando con algunas comunidades autónomas, fundamentalmente de sol y playa, de cara a desestacionalizar, de cómo podemos cooperar para conseguir multiplicar por 3 el presupuesto, que es otra manera de multiplicarlo porque los 32 millones que yo le he dicho de la campaña de publicidad ya no son 32 millones, ya son más, dado lo que se ha firmado con Baleares, lo que se ha firmado con Andalucía, y lo que está pendiente de firmar. O sea, hemos multiplicado ese presupuesto por 2, si no por 2, por 1,5 o 1,7. Lo que querríamos también, en la última etapa del año, a través de estas campañas hechas en cooperación con turoperadores, con prescriptores de turismo, es conseguir multiplicarlas por 3 en lugar de multiplicarlas por 2.

En cuanto al tema de Paradores, yo creo que...

El señor **PRESIDENTE** (Cuevas Delgado): Le ruego que condense la información porque tenemos luego preguntas y no vamos bien de tiempo. Haga lo posible, contestando a todo el mundo.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): En cuanto a los resultados de 2004 de Paradores, en el año 2004, el presupuesto era de 268 millones, y el resultado final, después de impuestos, fue de unos beneficios del 19,8. La previsión para el año 2005 es de 283 millones y una previsión de beneficios de 21,2 millones. Creemos que son unos buenos resultados, pero que se pueden mejorar

sustancialmente, en base justamente a la gestión. En este sentido, el presupuesto que se aprobó por el consejo de administración es un presupuesto, diríamos, para pasar bien el año, pero creemos que se puede mejorar sustancialmente.

En cuanto a la comercialización innovadora, lo que se pretende es —y eso lo conoce usted también personalmente— crear ese producto de lujo, también teniendo en cuenta calidad-precio, porque ya les he dicho que también tenemos paradores de tres estrellas, pero justamente crearlo, *paquetizarlo* y poder colocarlo mejor en el mercado internacional. El esfuerzo se hace para no perder clientes españoles y aumentar en clientes extranjeros. Hay una cierta idea del actual presidente de Paradores de lo que podríamos llamar la desestacionalización *sui géneris*, que consiste en decir, yo tengo lleno Granada o tengo lleno Santiago de Compostela, pero no tengo tan lleno, o esta a medio llenar Santo Domingo de la Calzada. Esto quiere decir que en Santiago de Compostela no puedo decirles que sí, pero sí puedo ofrecer Santo Domingo, o sea, vehicular la oferta lo mismo que decía yo antes de buscar el segmento y ofrecer al segmento el producto que tienes.

En cuanto a incrementar el número, nosotros, más allá de la lista que tenemos en este momento, no deseáramos incrementar el número. No es vocación, y creo que no tiene que ser lo del Gobierno y de este ministerio el tener la red hotelera más grande de España; en propiedad ya lo es, en propiedad es la red hotelera más grande de España; en gestión, como usted sabe, hay muchos sistemas de alquiler, gestión, etcétera, y hay otras compañías más importantes, pero en propiedad ya lo es. Por lo tanto, debe limitarse y que deben buscarse otros productos complementarios y otras actividades complementarias. Hay algunas comunidades autónomas que ya han creado esos productos complementarios, diríamos, ligados a elementos culturales, etcétera, que permitan crear esa red segunda y que también es una red que puede funcionar. La política del ministerio sería que 100 es el número al que podemos llegar y no lo podemos sobrepasar; por eso le decía los disgustos que doy a unos cuantos alcaldes.

Para finalizar, sobre lo que usted me decía de las palabras a los hechos, yo le diría, señor diputado, que hay muchos hechos. El plan de promoción no es baladí; yo se lo he explicado a ustedes en diez minutos, pero hay ahí muchas horas de esfuerzo. Ese plan ha sido presentado a todas las empresas, a todos los sectores empresariales, y lo han admitido, ha sido presentado a los turoperadores extranjeros, a los prescriptores, y lo han admitido. Es un esfuerzo extraordinario, es una revolución en el sector turístico. Ahora bien, se lo decía al principio, no hemos hecho ningún libro; si hubiésemos hecho un libro, habría quedado más bonito. Pues no, señor, está colgado de la red y cualquiera de ustedes puede entrar en la red y conseguirlo; eso sí, son 1.000 folios, pero ahí hay ciencia y ahí está el elemento que nos ha permitido tomar decisiones. Para mí es el hecho

más importante de los últimos nueve meses en el sector turístico. Creo, sinceramente, que gran parte del sector privado así lo reconoce. Vamos a trabajar con ese instrumento y en eso es en lo que estamos.

Al señor diputado del PNV, señor Beloki agradezco de entrada, el acuerdo, sustancial en la filosofía. Pensar en el futuro a largo plazo es esencial. Hay destinos turísticos que hoy no existen y hace veinte años existían. Algunos de los que estamos aquí y somos mayores, nos acordamos del famoso festival de San Remo, nos acordamos de la Riviera italiana; pero la Riviera italiana no existe en este momento como destino turístico de sol y playa, quién lo podía pensar. Lo mismo nos puede suceder a nosotros con Baleares, y con Canarias, con la Costa del Sol, la Costa Brava, y la Costa Dorada y todo lo demás si no pensamos el futuro y si no tenemos en cuenta que éste es el sector económico más importante y que hay que potenciarlo.

Turista es el que duerme, si duerme es turista, si no duerme no es turista, ésa es la definición a nivel mundial, y a partir de ahí es cuando sumamos. Después, el turista puede hacer negocios o puede hacer lo que sea, pero todo el que duerme fuera de su casa es turista.

Estoy absolutamente de acuerdo en cuanto a lo del valor añadido.

¿A cuántos millones aspiramos? Mire, me lo han preguntado no hace mucho y lo dije: a 46, a menos. Sinceramente, en determinadas épocas del año hay zonas absolutamente saturadas y eso no es bueno. Ahora, lo que querría es que en lugar de 3,5 de pernataciones, la media fuese de 5, o de 6, por lo tanto, que estuviesen más tiempo aquí, que consumiesen más nuestros productos culturales, que consumiesen más nuestros productos complementarios, deportivos, de salud, etcétera, pero eso, no tiene más valor que ser un simple deseo. De todas maneras, el número no importa, lo que importa es la calidad en el sentido de cuánto tiempo destina el turista a disfrutar de aquello que nosotros le ofrecemos, no la calidad en el sentido de cinco estrellas y de millonario; no queremos un turismo sólo para millonarios, queremos un turismo para todas las clases sociales.

Sol y playa. Mire, el sol y playa es el 80 por ciento, de ese 12 por ciento del PIB, es un 9,6. El turismo rural, que es muy importante y se está haciendo muy bien en muchos sitios, por ejemplo, en Asturias o en Euskadi, es el 0,02. Vamos a dedicar un 5 por ciento de nuestra promoción al turismo rural; el año pasado se le dedicó casi el 20, lo que no tiene sentido. Vamos a dedicarle el 50 a sol y playa y vamos a dedicarle un 5 al turismo rural. Yo no soy responsable del turismo y de la promoción turística de una parcela o de un trozo de playa, soy responsable del conjunto del Estado y tengo que tener en cuenta el conjunto de los productos. Por lo tanto, seamos conscientes de que sí que es importante el turismo rural, yo diría que más socialmente que económicamente porque asienta territorio, crea rentas complementarias; socialmente es muy importante, pero, desde

el punto de vista macroeconómico, sol y playa es el 80 por ciento, el 9,6 de nuestro producto interior bruto. Por lo tanto, ahí es donde tenemos que poner toda la carne en el asador, sin renunciar a lo otro. Naturalmente, también estamos con el turismo cultural, también estamos con el turismo de negocios, pero en el momento de promocionar hay que ver justamente qué peso específico tiene.

Usted me ha pedido una cosa en la que estoy absolutamente de acuerdo, tener claro qué es lo que hacemos cada uno. Yo lo tengo claro y en el ministerio lo tenemos claro: nosotros promocionamos, no comercializamos. Ese producto, que alguien crea y que alguien comercializa y, por lo tanto, que alguien venderá nosotros no ponemos en el mercado, para decir que existe, pero la acción de venta, la gestión de la comercialización, desde la Administración pública no la podemos hacer. Eso tiene que quedar claro.

Estoy absolutamente de acuerdo con usted en cuanto a trabajar en red y que trabajar en red quiere decir dar y recibir. Por eso, lo que pretendemos introducir como modelo de potenciación del turismo de ciudad va en ese sentido, y también esa colaboración pública-privada en los temas de infraestructura y en los planes de dinamización.

El señor **PRESIDENTE**: No hay turno, esto se termina. Señoría, en el reglamento no hay turno, este trámite es así. Es posible de un turno de aclaraciones o preguntas, pero muy breve. Les recuerdo que todavía tenemos preguntas relacionadas con el turismo de los temas que ya hemos visto.

¿Qué grupos desean hacer ese turno breve?

El señor **GUINART SOLÁ**: ¿Podría intervenir en un turno breve, por lo máximo que pueda? ¿Qué tiempo me da, presidente?

El señor **PRESIDENTE**: Señoría, es lo que estoy diciendo, no hay un turno, sólo aclaraciones o preguntas sobre su petición de comparecencia, que es lo que estamos tramitando, hay una posibilidad de que le conteste más ampliamente algún punto o alguna aclaración, eso es lo que hay. En el caso de turno de fijación de posición, exactamente lo mismo, alguna contradicción que haya habido, pero nada más. No es un turno de tiempo, es un turno brevísimo para plantear un par de cuestiones.

Tiene la palabra el señor Guinart.

El señor **GUINART SOLÁ**: En relación, lógicamente, a temas planteados anteriormente, no a temas nuevos; alguno había pero lo voy a excluir.

En relación a la financiación de municipios turísticos, estoy de acuerdo en que no todo entra en el mismo saco; en ese congreso de turismo que se citaba había no sólo dos sino cuatro conceptos de financiación de municipios turísticos. El señor secretario general

comentaba que el tema de servicios e infraestructuras se diferenciaba de la promoción. En infraestructuras hay servicios básicos, como cloacas, pero también es importante la oferta complementaria de promoción o de dinamización pública (cultura, deportes, ocio, etcétera) y cuestiones de financiación necesaria ligada al medio ambiente y a la recuperación del paisaje; muchos municipios turísticos han sufrido en sus carnes un desarrollismo o muy rápido del tema turístico y ahora tienen que recuperar paisaje, polución ambiental, etcétera. Reconocemos su planteamiento de que no es una cuestión que afecte directamente a su secretaría general, pero sí en la función de coordinación y en la función de activar la concienciación en relación al valor y a la importancia del sector, pues muchas veces puede actuar de lobby a través, especialmente de esta comisión interministerial se trata de concienciar, de hacer ver la necesidad de según qué temas, aun cuando sean competencia propia, de su secretaría general.

Muy brevemente también, en relación al pacto, comentaba que no tenía noticia. Yo he leído en esa prestigiosa revista de la que usted hablaba que Editur PSOE y PP estudiarán un pacto de Estado para el turismo, y además cita a dos personas presentes en esta Comisión. Dice que el portavoz en materia de turismo del PP, Enrique Fajarnés, consideró viable dicha propuesta y además se mostró partidario de un nuevo marco presupuestario para los municipios turísticos. Más adelante, Ana María Fuentes afirmó: Estamos abiertos a cualquier petición desde el respeto a las comunidades autónomas que tienen transferidas las competencias. Además, somos partidarios —decía la señora Fuentes— de dar compensaciones económicas a los municipios turísticos. O sea, existe en el mundo mundial este tema, yo lo citaba porque era una apuesta, por lo visto, entre los partidos mayoritarios. Los pequeños también queremos que se oiga nuestra voz en este tema. Nos parece necesario o interesante estudiar este pacto, que trascendiera, como decía antes, los vaivenes de la política.

Señor presidente, tengo más cuestiones para preguntar pues, el tema me apasiona, pero que no voy a monopolizar el tiempo. He hablado de esos dos puntos a título de ejemplo. Espero que en próximas ocasiones o en reuniones personales podamos profundizar en otros muchos temas, sobre todo en el turismo residencial, que me parecería muy interesante; con la colaboración del Instituto de Estudios Turísticos podríamos tener orientación sobre cómo pueden actuar los municipios en este ámbito.

El señor **PRESIDENTE**: Le agradecemos todos la concisión y la brevedad. Señor Fajarnés.

El señor **FAJARNÉS**: También seré muy breve, intentaré ser telegráfico en las cuestiones que voy a plantear.

Usted nos ha hablado, señor secretario general, de los tópicos. Con todos los respetos, quizá el que más ha usado tópicos en sus dos intervenciones, ha sido usted, señor secretario general.

Usted me habla de desestacionalización. No, yo quiero que usted me diga exactamente, señor secretario general, qué han hecho en desestacionalización. No me venga con historias, díganos que han hecho exactamente.

Hay una frase que apunto, porque habla de que a usted no le preocupa que haya más plazas hoteleras. Usted ha dicho que era miembro del Partido Socialista y que está en el Gobierno socialista, evidentemente, y eso me lo apunto para sus compañeros de las Islas Baleares.

Hay algo que nos ha descuadrado, señor secretario general, nos ha descuadrado totalmente. Por lo que ha dicho; desconoce totalmente el programa electoral con que concurren a las elecciones generales. Yo no me he inventado nada, yo le he preguntado, señor secretario general, sobre la seguridad ciudadana, porque ustedes lo llevan en la página 140 de su programa electoral; si lo van a cumplir o no, no es nuestro problema, señor secretario general. He hablado de establecer límites al uso del suelo con planes de distribución del territorio y planes de ordenación del territorio porque ustedes lo dicen en la página 141 del programa electoral. Lo que preocupa y a mí y a mi grupo parlamentario es que usted, el secretario general de Turismo, desconozca el plan electoral con que han concurrido, sinceramente, nos preocupa muchísimo. Quiero decirle que quizás no es que no lo desconozca, es que a lo mejor lo que están haciendo es incumplir, como en otras cuestiones, el programa electoral, o dejarlo de lado, porque era un programa electoral, señoría, que no se podía cumplir, y, por lo tanto, lo han dejado de lado.

No hay tiempo para hablar de datos y de cifras, que, por cierto, no nos ha dado, no nos ha dado datos respecto al año 2004 —y quiero dejar constancia—, por lo que no podemos contrastar cifras sobre la bajada o no, según usted, de alemanes, especialmente en algunos destinos.

Haciendo referencia a lo que ha dicho el portavoz de Convergència i Unió sobre pactos, nosotros ofrecimos al secretario de Estado, el señor Mejía, nuestra colaboración en materia turística, cuestión importante, cuestión que pensábamos que era de Estado. Evidentemente, volvemos a reiterar colaboración, colaboración leal, pero con buenas políticas, señor secretario general.

El señor **PRESIDENTE** (Cuevas Delgado): Tiene la palabra el señor secretario general.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Señor Guinart, sobre la financiación le aseguro que estamos trabajando con el Ministerio de Hacienda sobre el texto que nos ha pro-

puesto la Federación Española de Municipios y Provincias, que es a donde el conjunto de los municipios ha hecho llegar sus propuestas, y estamos avanzando en ese tema. Por tanto, esta función de lobby que usted me pedía la estamos haciendo en ese sentido.

Respecto al pacto, lo desconocía sinceramente. Están aquí los dos implicados y a lo mejor ellos después a la salida se lo pueden decir. **(Risas.)**

En cuanto al turismo residencial, no es que no me pronuncie, es que parece que todos nos hemos vuelto estalinistas. El modelo lo decide quien lo decide y las competencias las tiene quien las tiene. Si se decide hacer casas para venderlas a turistas extranjeros en equis lugar del litoral o hacer hoteles, será el empresario quien lo decida. ¿Y qué es lo que determinará su decisión? Naturalmente, lo que haya decidido la comunidad autónoma que es la competente en el territorio y el ayuntamiento. Sobre esto no pueda decirle nada más.

Señor Fajarnés —siguiendo con este tema—, nuestra obligación es la de promocionar el turismo español, y por tanto mi obligación es conseguir que esté lleno. ¿El qué? No lo sé. Decídanlo ustedes en el territorio, quienes tienen las competencias en el territorio, y los empresarios en base a su decisión empresarial de dónde invertir su dinero. Es que nos hemos vuelto todos estalinistas, hasta los del Partido Popular **(Risas.)**, que quieren determinar absolutamente qué es lo que tienen que hacer los empresarios —¿yo qué quiere que le diga?—, los alcaldes, los presidentes de las comunidades autónomas o los consejeros de urbanismo. Si fuese mi competencia yo le diría lo que haría en ese tema; como no la es no se lo voy a decir. Mi competencia es conseguir que vengan más turista, que como he contestado antes al representante del Partido Nacionalista Vasco no es que vengan más sino que consuman más, en el buen sentido de la palabra, porque la palabra consumo está absolutamente de baja. Respecto a qué hemos hecho, pues lo que puede hacer una secretaría general en la desestacionalización. ¿Qué quiere que haga? ¡Que coja a los alemanes y los traiga de la oreja! No señor. Lo que hemos hecho es promocionar destinos turísticos de sol y playa en invierno, como hicimos en octubre, noviembre y diciembre, y usted y su Gobierno —el Gobierno de las Baleares— lo saben perfectamente. Lo he dicho antes y lo repito que hemos pasado de un previsto del 3 por ciento al 8,8, de un previsto del 2,5 por ciento al 9,6 y ahora no es imputable. ¿Esto es un tópico? No es imputable. Resulta que usted aceptaría en una empresa como la Coca Cola que si hace una campaña de promoción y suben las ventas se debe a la campaña de promoción, y en el turismo hacemos la campaña de promoción, sube y resulta que es un tópico. No fastidiemos. Estamos hablando de economía; estamos hablando de cosas muy serias, y lo que no puede ser es que se hable de cosas serias utilizando tópicos. Yo no estoy utilizando ningún tópico, yo estoy diciendo la realidad. Se hace la campaña y tiene una

respuesta, y se lo puedo decir por experiencia, porque justamente mi experiencia de turismo en Barcelona me demostró que cuando se hacían las cosas bien hechas había respuesta, y eso en el sector turístico se está haciendo mal desde hace mucho tiempo por parte de los poderes públicos, y nosotros hemos empezado a hacerlo bien; se lo digo así de claro. Y gracias a Dios con la mayor parte de las comunidades autónomas, muchas de ellas del Partido Popular, estamos trabajando en la misma dirección. Por cierto, la bajada de alemanes vuelvo a repetirle que no sé de dónde la ha sacado usted, porque las estadísticas todas dicen que ha subido —míreselas usted— y sobre todo en Baleares después de tres años de caída. Perdonen, señor presidente y señor diputado, si me he acalorado. Seguramente no correspondía pero, de verdad, el turismo es muy importante y ustedes no se lo creen.

El señor **PRESIDENTE**: Hemos tenido una comparecencia con un debate interesante en el que se han puesto de manifiesto todas las opiniones.

PREGUNTAS:

- **DE LA SEÑORA FUENTES PACHECO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA DEL CONGRESO, SOBRE CRITERIOS DE SELECCIÓN QUE ESTÁ TENIENDO EN CUENTA CADA COMUNIDAD AUTÓNOMA EN RELACIÓN CON LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN Y EXCELENCIA TURÍSTICA. (Número de expediente 181/000255.)**
- **DE LA SEÑORA FUENTES PACHECO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA DEL CONGRESO, SOBRE REFORMAS EN EL PALACIO DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES DE TORREMOLINOS (MÁLAGA). (Número de expediente 181/000311.)**
- **DE LA SEÑORA FUENTES PACHECO, DEL GRUPO PARLAMENTARIO SOCIALISTA DEL CONGRESO, SOBRE CONTENIDO DEL PLAN DE MARKETING DISEÑADO POR TURESPAÑA. (Número de expediente 181/000539.)**

El señor **PRESIDENTE**: Siguiendo con el orden del día, también hablamos de turismo y el secretario general va a contestar preguntas. Habíamos quedado en la reunión de la Mesa y portavoces que en este orden del día tan condensado podríamos juntar las preguntas de los grupos que las habían planteado. ¿El Grupo Parlamentario Socialista va a acumular todas las preguntas? **(Asentimiento.)** ¿Y el Grupo Parlamentario Popular?

El señor **FAJARNÉS RIBAS**: Yo dos y el señor Reguera una.

El señor **PRESIDENTE**: El objetivo es que terminemos antes de las dos. Es habitual en esta Comisión que haya libertad absoluta para hablar, pero la responsabilidad de cada uno es administrar el tiempo. Tiene la palabra la señora Fuentes para las tres preguntas que figuran con el número 4, criterios de selección que está teniendo en cuenta cada comunidad autónoma en relación con los planes de dinamización y excelencia turística; la número 5, sobre reformas en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Torremolinos, en Málaga; y la número 9, sobre el contenido del plan de marketing diseñado por Turespaña.

La señora **FUENTES PACHECO**: Respetando la brevedad a la que nos hemos comprometido, respecto a los criterios de selección en cada comunidad autónoma en relación con los planes de dinamización y excelencia turística ha contestado sobradamente en la comparecencia el secretario general de Turismo.

Respecto a la segunda pregunta, señor secretario general de Turismo, en el año 1998 se cede al Ayuntamiento de Torremolinos el Palacio de Congresos y Exposiciones de esta ciudad. Es indudable que este segmento turístico es cada vez más importante porque se refiere a lo que usted exponía hace tan solo unos segundos, y es que los que vienen a hacer turismo de congreso invierten más (así lo dicen todas las estadísticas a las que usted hace referencia), y siguiendo su criterio es importante aplicar la ciencia al sector turístico, que es lo que estamos haciendo desde el Partido Socialista y se ha demostrado que tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo es muy importante este segmentos y el Palacio de Congresos de Torremolinos no solo es importante para la ciudad sino también para toda la Costa del Sol. Por ello, ¿cuáles son las inversiones que Turespaña va a realizar en esta instalación para hacerla más moderna y que sea más competitiva?

Respecto a la tercera pregunta, en tanto en cuanto Turespaña tiene como primera obligación la promoción de España —lo ha dicho usted hoy en su comparecencia— como destino turístico a nivel general, en un momento en que se están produciendo cambios muy profundos en el sector, cambios importantísimos en la promoción —no solo hablamos de operadores sino de pequeños operadores—, y el turista no solo compra los paquetes en las agencias sino que en algunos casos los diseña él mismo y acude masivamente a internet, ¿cuáles son las nuevas técnicas que se están aplicando y, por tanto, cuál es el plan de marketing que está desarrollando Turespaña? Espero que me pueda contestar estas preguntas.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor secretario general.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Agradezco que la primera pregunta la dé por contestada con toda la información que he dado.

En cuanto a la segunda, la Secretaría General de Turismo tiene dos palacios de congresos, el de Madrid y el de Torremolinos, este último cedido desde el año 1998 al ayuntamiento de dicha ciudad. En este momento está prorrogado por un periodo de cinco años que se acaba en el año 2008, o sea que es el segundo periodo ya. Se hizo la prórroga el año 2003 y se decidió por parte de Turespaña llevar a cabo un plan de inversiones y se llevan invertidos 440.000 euros en el año 2000, 250.000 en el 2001, 35.000 en el 2002 —una media por año entre 250.000 y 300.000 euros— y para este año tenemos prevista una inversión de 200.000 euros para adecuarlo ponerlo y al día. La colaboración consiste en que la secretaría general lleva a cabo las reformas y lo gestiona directamente el municipio, sin ninguna obligación —lo cual me extrañó y lo descubrí a raíz de su pregunta— de información sobre las actividades que se desarrollan, de manera que las he solicitado para tener conocimiento porque, como digo, no tienen obligación ninguna, y a partir de ahora intentaremos tener esa información que si usted la desea se la proporcionaré. Lo único que hacemos —si me permite la expresión— es invertir en la infraestructura con una media de 250.000/280.000 euros anuales del presupuesto de Turespaña.

En cuanto al plan de marketing, nosotros no tenemos plan de marketing expresamente; tenemos un plan de objetivos, porque los objetivos del 2005 son cuantificables todos ellos y, por tanto, en todas esas acciones que vamos a desarrollar queremos saber qué es lo que vamos a conseguir en cada uno de los mercados. Lo decía en mi exposición primera cuando me refería a que las oficinas de turismo tienen deberes en el sentido de que tienen objetivos a cumplir cuantificables. En el mundo del turismo se ha dicho muchas veces que esto no se puede cuantificar. Es mentira. Lo que no se puede cuantificar en economía no existe y, por tanto, en turismo pasa exactamente igual. Nosotros lo que tenemos es un plan de objetivos basado en unos principios estratégicos, que en mi exposición primera no he puntualizado mucho, y en seis ejes o programas. El primero de los principios es la orientación al consumidor; que el consumidor encuentre en nuestra oferta que le estamos dirigiendo. Por eso hacía referencia también al portal de Infospain. Conseguir no que tenga el conjunto, porque si tiene el conjunto se pierde, sino cómo puede llegar a aquello que en definitiva puede ser su objetivo o ir generando que ese sea su objetivo. El segundo principio es la cooperación y establecimiento de alianzas con las comunidades autónomas, con los ayuntamientos y, como novedad, con el sector privado, como he explicado también a pregunta del diputado del Grupo Popular. El tercero es el reforzamiento de la marca y diferenciación; ser capaces de que esa marca esté más reforzada

todavía a pesar de que lo está mucho y diferenciación también de cuáles son los productos. El cuarto es conseguir el mayor impacto. Que lo hagamos bien o mal dependerá de nuestra capacidad. Los resultados de ese plan nos lo demostrarán. Por otra parte, los seis ejes o programas son: investigación de mercados, primero saber qué es lo que pasa antes de tomar una decisión; segundo, posicionamiento de la marca e imagen, que va ligado con lo otro; tercero y cuarto, el desarrollo de los productos y la comercialización de los productos turísticos en colaboración con la privada, porque nosotros no podemos hacerlo; establecer una comercialización *on line*, apostar fuerte por ella sobre todo en determinados productos; los productos más pequeños hay que meterlos *on line*, no utilizar el *off line*, porque estás perdiendo el dinero, estás matando moscas a cañonazos y no hace falta que dispaes un cañonazo para poder intentarlo de nuevo; quinto, buscar la excelencia en la gestión por nuestra parte y en desarrollo de nuestra promoción; y sexto y último apartado, al que no he hecho referencia en la presentación, la gestión de crisis. Saben que en el sector turístico hemos tenido a finales de diciembre el *tsunami* y aquí también hemos padecido por desgracia el año pasado —en todos está presente— determinados atentados que han tenido importancia en el turismo. Estamos explorando también en colaboración con las comunidades autónomas una célula de gestión de crisis dentro del sector turismo para que seamos capaces de que cuando se produzcan estos acontecimientos podamos dar un único mensaje por el conjunto de las administraciones, ayuntamientos, comunidades autónomas, Estado y también el sector privado. Esto lo estamos desarrollando también dentro de este plan de objetivos del año 2005. Por eso nos negamos a llamarlo plan de marketing. Queremos que sea plan de objetivos porque son cuantificables y evaluables y que el día 31 de diciembre podamos poner nota, poner medallas o cesar.

— **DEL SEÑOR FAJARNÉS RIBAS, DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR EN EL CONGRESO, SOBRE MOTIVOS POR LOS QUE EL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO NO QUIERE FIRMAR UN CONVENIO CON EL CONSELL INSULAR D'EIVISSA Y FORMENTERA PARA PROMOCIONAR DICHAS ISLAS EN ALEMANIA, FRANCIA Y GRAN BRETAÑA.** (Número de expediente 181/000477.)

— **DEL SEÑOR FAJARNÉS RIBAS, DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR EN EL CONGRESO, SOBRE OPINIÓN DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO ACERCA DE LAS AFIRMACIONES DEL DIRECTOR GENERAL DE AVIACIÓN CIVIL SOBRE «SI LOS CIUDADANOS DE LAS**

ILLES BALEARS ESTÁN DESCONTENTOS CON EL SERVICIO AÉREO ACTUAL, LOS HOTELEROS BALEARES DEBERÁN CREAR SU PROPIA COMPAÑÍA AÉREA». (Número de expediente 181/000482.)

El señor PRESIDENTE: A continuación las dos preguntas que se acumulan del Grupo Parlamentario Popular, la número 6 y la número 8, para las que tiene la palabra el señor Fajarnés.

El señor FAJARNÉS RIBAS: Señor secretario general, ¿por qué el Ministerio de Industria, Turismo y comercio no quiso firmar un convenio preparado por el anterior Gobierno del Partido Popular con el Consell Insular d'Eivissa y Formentera para promocionar estas islas en Alemania, Francia y Gran Bretaña? Y acumulando la otra pregunta, también queremos saber si está de acuerdo el ministerio con las afirmaciones del director general de Aviación Civil, del Ministerio de Fomento, de que si los ciudadanos de las islas Baleares están descontentos con el servicio aéreo actual los hoteleros de Baleares deberían crear su propia compañía aérea.

El señor PRESIDENTE: Tiene la palabra el señor secretario general.

El señor SECRETARIO GENERAL DE TURISMO (Martínez Fraile): Señor diputado, por encargo directo y personal del ministro, todo aquello que se encontró previsto por el anterior Gobierno lo asumimos total y absolutamente. Yo no he encontrado ninguna propuesta de convenio del Consell Insular, donde he estado en una ocasión de visita y se portaron muy amablemente conmigo. No encontré en mi secretaría general ninguna propuesta de convenio. ¡Cuidado! ninguna propuesta de convenio. No me saque usted ese papel que también lo tengo yo. ¿Cómo se hacen los convenios? Se pasan a través del Gobierno. El Gobierno de Baleares no me presentó ningún convenio. Me presentó el convenio de la Bahía de Palma y lo firmamos el veintipico de diciembre, pero nunca se me pidió un convenio en el sentido que usted dice. Es más, nunca llegó a mi secretaría general. Yo leí sus declaraciones en la prensa, múltiples veces, y las del presidente del Consell Insular y tuve ocasión de decirle en su propio despacho que no había ningún convenio previsto, ni ninguna propuesta de convenio para firmar. He firmado todo lo que había encima de la mesa. Ahora bien, una comunicación diciendo: Denos usted el dinero y nosotros decidiremos lo que gastaremos, eso no es un convenio, y seguramente es el papel que acaba de sacar usted. Eso no es un convenio. Los convenios son cuánto pongo yo, cuánto pone usted y qué acciones desarrollamos. Pero decir: Dé usted dos millones de euros al Consell Insular d'Eivissa, que decidirá cómo se los gasta para promocionar en Alemania, Francia y Gran Bretaña a la isla de Ibiza, eso no es un convenio. Eso es deme usted una

subvención, lo cual el señor diputado sabe perfectamente que por ley esta secretaría general lo tiene prohibido y más a entes locales, por lo que no íbamos a incumplir la ley. Un convenio es qué acciones vamos a hacer, cuánto pone usted, cuánto pongo yo. Así es como se han firmado los convenios con Baleares que acabamos de firmar, y seguramente también sabrá que en este caso se firma con el Gobierno de Baleares pero son convenios para Ibiza, Formentera, Menorca y Mallorca, que será la manera de promocionarlo este año porque es la comunidad autónoma la que lo decide. Por tanto, dicho convenio nunca existió, nunca tuve conocimiento de él y nunca se me hizo propuesta de convenio, eso sí, se me enviaron cartas diciendo: Deme usted dinero y yo decidiré cómo lo gasto. Esto sabe usted perfectamente, primero, que no es un convenio y, segundo, que no se puede hacer, y no lo puede hacer la secretaría general no solo por las leyes sino por sentencia firme del Tribunal Constitucional de 19 de diciembre de 2003.

En cuanto a las opiniones, me consta que no las ha emitido nunca el señor director general de Aviación Civil y, por tanto, difícilmente puedo opinar sobre algo que me consta que no ha sido pronunciado por ese señor.

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

El señor **FAJARNÉS RIBAS**: Evidentemente, señor secretario general, como usted puede comprender no nos satisface la contestación que acaba de dar aquí, entre otras cuestiones porque ha intentado muy hábilmente desviar la atención de una realidad. Y la realidad es que el Gobierno del Partido Popular dejó resuelto y aprobado un texto de convenio no por dos o tres millones sino por 180.000 euros, que había pactado además con todos los sectores, con el Gobierno de las Illes Balears, con el propio Consell Insular —yo estuve en esas reuniones— y lógicamente con el beneplácito de la Secretaría de Estado. En su momento, cuando ese texto se estaba preparando era importante y necesario para nuestras islas porque había problemas de promoción y problemas de turismo. Turespaña y el Gobierno nos contestaron posteriormente igual que usted lo hace hoy aquí, más o menos —usted dice que lo desconoce pero aquí está su firma—, solicitando además que a ese convenio se le adjunten propuestas y memorias para saber exactamente lo que se quiere hacer. Además, se afirmó públicamente y también por Turespaña que no se había enviado por el Consell Insular d'Eivissa y Formentera ningún documento a la Secretaría de Estado o a Turespaña, y eso permítame que le diga que es faltar a la verdad porque el Consell Insular de Ibiza y Formentera, a través lógicamente del Govern de las Illes Balears, remitió dos textos, no uno sino dos, uno el 4 de junio y otro el 27 de julio, que están debidamente registrados; y el último de 27 de julio es a raíz de un escrito

que hacen ustedes al Govern balear, Consell Insular, 12 folios explicando actividades lúdicas, festivas, culturales y deportivas. El convenio de la Secretaría de Estado, señor secretario general, no especificaba —otra cosa es que ustedes lo hayan perdido—, no decía en ningún sitio que se tuviese que adjuntar ningún tipo de memoria, porque lo que se había hablado entre el anterior ministerio con el Govern de las Illes Balears y el Consell Insular estaba claro. Por tanto, estamos ante la negativa clara —y permítame que sea un poco duro— y secretaria del Gobierno socialista de firmar un convenio ya aprobado que por cortesía del anterior Gobierno se dejó para su rúbrica al nuevo Gobierno porque hubo un problema de fechas y de entrada de la nueva Administración. Y eso que en una visita que hizo a Ibiza —usted lo acaba de recordar— anunció públicamente, y no se desmintió, en un medio de comunicación que se iba a firmar ese convenio. Se publica y nadie lo rectifica. Si usted quiere rectificarlo ahora me parece muy bien. Ustedes no han querido firmar el convenio porque la realidad es que el Consell Insular —eso es lo que se ha dicho en las islas y es verdad— es del Partido Popular. Esto es una clara falta de respeto y un castigo a los ciudadanos de Ibiza y Formentera, porque no es el único convenio que ustedes han negado a la delegación de las islas Baleares. Esa es una mala política porque perjudica a los ciudadanos y, lógicamente, a la economía insular. Espero, señor secretario general, que cambien de talante, que reconozcan su error y se compense a las islas Pituisas con un nuevo convenio.

Respecto a la segunda pregunta, usted me dice que el director general de Aviación Civil no dijo lo que dijo y salió publicado. Yo a usted le creo, sinceramente, y además espero que sea verdad, porque hacer comentarios como el que hizo, de forma despectiva, contra los hoteleros de las islas Baleares, nos hace recordar a otros tiempos de Gobierno progresista en nuestras islas en que se intentó demonizar y perseguir a los hoteleros. Y yo sé que desde el ministerio, desde su secretaría general se está haciendo justamente lo contrario que hacían sus compañeros en las islas Baleares. De todas formas, ya que el secretario general, igual que el secretario de Estado, nos habló de que desde el ministerio sería la voz del turismo y que hay una coordinación interministerial, les rogaría por favor que cuando los directores generales o los altos cargos hablen de cuestiones importantes como los hoteleros o el turismo, en este caso concreto, no se permitan esos lujos y esas frases que evidentemente tuvieron su repercusión negativa.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor secretario general

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Empezando por el final, reitero lo que he dicho antes, que no me consta que el director general de Aviación Civil haya hecho nunca esas declaraciones, por lo que no voy a comentarlas.

En cuanto al primer punto, dicen aquello de que de sabios es rectificar. Yo no sé si hay que rectificar o no, pero le aseguro que voy a investigar absolutamente todo eso que usted me ha dicho. Primero, le puedo asegurar —públicase lo que se publique— que yo nunca hablé de firmar un convenio con Eivissa porque lo tenía muy caliente y además acababa de entrevistarme con el presidente. Yo no tenía ninguna demanda de ningún convenio a través del Govern (vuelvo repetir que es a través del Govern, no es a través de un ayuntamiento, de una diputación o de un consell insular que se puede presentar), no tenía constancia de ello. Naturalmente no quedó preparado; eso de que quedó preparado lo dice usted. Pues alguien debe haber robado en la secretaría general; yo qué quiere que le diga. Yo lo investigué y no me lo encontré. De todas maneras, voy a mirar lo del 4 de junio y el 27 de julio que usted me decía para ver dónde entraron esos documentos y le aseguro —supongo que el presidente me autoriza— que le voy a dar cumplida cuenta y que voy a hacer un seguimiento exhaustivo y remitir a esta Comisión y a usted personalmente todo el tema. Y lo único que no le admito, con perdón, con todo respeto, es que sea por sectarismo. Puede usted hablar con cantidad de miembros del Partido Popular que en este momento tienen responsabilidades. En la misma mesa de directores generales hay mayoría del Partido Popular en las comunidades autónomas, y por ahora que yo sepa no hemos votado ningún día. En las tres reuniones que llevamos todo lo hemos sacado por unanimidad, porque estamos trabajando conjuntamente y de manera coordinada. Le aseguro que firmar o no fue porque verdaderamente no existía el convenio, porque además —también eso lo puede decir— he tenido una sola entrevista con el presidente del Consell y para nada me pidió ni me habló de ese tema; estaba el y otro consejero y para nada me habló de ese tema. Y después empecé a recibir noticias de la prensa a través de usted, de sus preguntas parlamentarias. De todas maneras, como uno puede equivocarse y puedo estar equivocado, me comprometo a hacer un análisis exhaustivo de todo el tema y remitírselo tanto a usted como a la Comisión para que tengan conocimiento, pero le puedo garantizar que en ningún momento hubo sectarismo para no firmar ese convenio, y además en el mismo momento en que no firmaba ese convenio otros convenios, más de uno, con el Gobierno de las Illes Balears. No eran posteriores sino en el mismo tiempo, en el último trimestre del año, día arriba o día abajo.

— **DEL SEÑOR FAJARNÉS RIBAS, DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR EN EL CONGRESO, SOBRE OPINIÓN DEL GOBIERNO ACERCA DE SU POLÍTICA DE COORDINACIÓN Y DIÁLOGO CON LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS EN MATERIA DE TURISMO. (Número de expediente 181/000479.)**

El señor **PRESIDENTE**: La última pregunta es la número 7 y tiene la palabra el señor Reguera.

El señor **REGUERA DÍAZ**: Señor secretario general, ¿piensa el Gobierno que su política de coordinación y diálogo con las comunidades autónomas en materia de turismo es el adecuado?

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor secretario general.

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Señoría, igual que decía antes en los presupuestos que nunca estamos contentos del todo, pues nunca se está contento del todo, pero le puedo decir que como mínimo en lo que tenemos en este momento sobre la mesa y vamos desarrollando en el día a día estamos contentos del nivel de diálogo y coordinación que hay. Como les decía hemos firmado —no recuerdo de memoria el número exacto pero consta en el «Diario de Sesiones»— con las comunidades autónomas que hemos firmado, estamos desarrollando acciones con todas las comunidades autónomas, sólo faltan por definir las de Madrid y por eso en el listado de antes no lo he citado, pero será un número importante de acciones. Hay una magnífica relación con el conjunto de las comunidades autónomas, sean del color político que sean, y tenemos nuestras peleas como Dios manda para obtener objetivos de trabajo y de trabajo en común. Por tanto, en ese sentido estoy contento, si me permite la expresión. Existe la mesa de directores generales, existe la conferencia sectorial que preside el ministro, el consejo español del turismo que todavía no hemos convocado porque está en formación, la mesa de calidad y el plan operativo de promoción, y nos hemos reunido con cada una de las comunidades autónomas por separado, integrando el sector privado en algunas de estas reuniones para poder coordinarlos más.

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

El señor **REGUERA DÍAZ**: El secretario general en su comparecencia aquí anunció a bombo y platillo la creación del consejo español del turismo, a que ha hecho referencia en la intervención anterior, que por otra parte en esas luchas que usted manifiesta nosotros no lo vemos claro porque parece que las comunidades autónomas no saben muy bien la representación que van a tener y, de hecho, hay que recordarle que llevan diez meses gobernando y que en este tiempo sí se podía haber constituido este consejo español del turismo que anunciaron inicialmente como una gran cuestión en su política turística. Por otra parte, he escuchado algunas de sus afirmaciones con anterioridad que me han llamado la atención. Hablaba de los estudios turísticos con Frontur, Egatur y Familitur, de hacerlos mensuales y de que hay convenios con diferentes comunidades autóno-

mas. Me ha llamado la atención que no tenga esos convenios con la Comunidad Autónoma de Canarias. Me gustaría saber si no los hay o si no se piensan hacer. Por otro lado, hay una afirmación que también me ha llamado la atención y es que usted decía que en los últimos tres meses la campaña de sol y playa es la que ha originado que haya habido un aumento de turismo. Usted tendrá los datos pero yo le puedo decir que en Canarias no se ha producido eso, sino que ha disminuido el turismo alemán considerablemente y lo que ha salvado en parte a Canarias ha sido el turismo peninsular. Pero hablar de campaña de sol y playa y que en los destinos de sol y playa no aumente el turismo sino que disminuya a nosotros nos sorprende, a no ser que esa campaña vaya dirigida al exterior para atraer turismo y luego no se encuentren sol y playa, que también puede ocurrir, lo cual no sería una buena acción por parte del ministerio.

Nosotros creemos que se debe volver a reunir la mesa de directores generales cada tres meses. La información que tenemos es que se ha reunido en dos ocasiones, ahora parece que usted anuncia que el 9 de marzo habrá otra reunión, pero es fundamental para la coordinación de las políticas de promoción el que esa Mesa de directores se reúna con muchísima más frecuencia, máxime, en una nueva etapa, en estos primeros diez meses que usted lleva, en que teóricamente se acumula el trabajo, se inician proyectos nuevos, y, por tanto, es necesario mayor coordinación para las políticas a emprender.

Nosotros demandamos, señor secretario general, señor Martínez Fraile, más agilidad para de esta manera, con los recursos que destinamos a turismo, que, como usted decía y coincidimos todos, no son los suficientes, se consiga el óptimo resultado, y para eso es necesaria esa máxima coordinación.

Por último, si existe esa coordinación, que yo tengo mis dudas, sé que puede haber dificultades, pero sí que le digo con respecto al único convenio que se ha firmado con Canarias, que es precisamente el de turismo de sol y playa, no ha tenido muy buen resultado, señor secretario general, y creo que por parte del Gobierno de Canarias tampoco están muy satisfechos con esa campaña. No sé si usted coincidirá conmigo, pero esa es la versión que yo tengo.

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

El señor **SECRETARIO GENERAL DE TURISMO** (Martínez Fraile): Lamento disgustarle, señoría, pero no estoy nada de acuerdo, sino todo lo contrario.

La Mesa de directores generales se ha reunido dos veces, vamos a tener ahora la tercera. La primera reunión fue a finales de septiembre, si no me equivoco, pero con una diferencia fundamental, y puede preguntar usted a los directores generales asistentes, cualquiera que sea su color político, porque en este

momento todos tienen información de todo, cosa que no se había producido nunca. Cada director general recibía la información estrictamente —compruébelo usted— de su comunidad autónoma, y no recibía nada de la información del resto de las comunidades autónomas. Eso lo he introducido yo, se ha introducido ahora y todo el mundo tiene información sobre todo, porque el principio básico en el que se basa esa Mesa de directores generales para mí, y creo que en este momento lo comparto con 17 directores generales, es que es un ámbito de solidaridad, y, si no, apaga y vámonos nos podemos marchar. Es así como está funcionando, con problemas, claro que sí, problemas quiere decir con debates y con peleas, si se me permite la expresión, pero para conseguir, en definitiva, objetivos comunes, y lo estamos aprobando todo por unanimidad.

Respecto al Consejo Español de Turismo, es verdad, yo lo lamento, yo no tenía experiencia en la Administración central, no sé si usted la tiene, pero parece ser que los informes de los abogados del Estado, de los interventores de no sé qué de gasto y de pasar por este ministerio y por el otro y por el de más allá, pues ha llevado a que hasta diciembre no se haya podido presentar, y, por lo tanto, ahora se está constituyendo, se están montando los reglamentos para convocarlo lo más pronto posible.

El convenio de Canarias con el IET. Es que ahí, mire usted, estamos en la España de las Autonomías y, por lo tanto, yo ofrezco, pero quien decide es la autonomía. Baleares decidió que sí quería firmar el contrato con el IET, con el Instituto de Estudios Turísticos, y lo hemos firmado; Cataluña, también. Estamos en este momento con otras comunidades. Lo he ofrecido a todo el mundo, pero firma quien quiere. Euskadi va a firmar también, pero Canarias, por ahora, no me ha dicho que sí. Yo espero que sí, que finalmente lleguemos a un acuerdo y podamos colaborar, pero no me impute usted a mí el firmar porque yo me muero de ganas por firmar. ¿Sabe, entre otras cosas, por qué? Para conseguir que en lugar de sumar tomates con patatas, podamos sumar patatas con patatas y tomates con tomates, porque, si no, conseguir después sumar el conjunto de las estadísticas que cada uno hace por su cuenta es difícilísimo. Con Galicia también hemos firmado y también estamos encantados, entonces, es la comunidad. Pregúntele usted a la comunidad de Canarias, yo no le puedo decir, o sea, yo le he ofrecido firmar porque se lo he ofrecido a todos, a los diecisiete, y firma después quien quiere.

En cuanto a que usted no lo ha notado, le puedo decir que si se coge usted las estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos, comprobará que la caída del turismo, del número de turistas extranjeros en Canarias a 30 de septiembre era de menos 5 y ha acabado el año a menos 3, o sea, que en tres meses ha recuperado dos puntos. Está en negativo, sí señor, está en negativo, pero ha recuperado dos puntos; será porque en octubre,

noviembre y diciembre ha crecido el número de turistas respecto al año pasado, porque, si no, difícilmente va a recuperar dos puntos. Estos son los datos que hay en las estadísticas oficiales —si no las tiene usted, me comprometo a enviárselas— de los resultados de la entrada de turistas extranjeros en Canarias en el último trimestre del año.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias a todas SS, SS. por su colaboración. Agradecemos también a don Raimon Martínez Fraile, secretario general de Turismo, su intervención y su comparecencia en esta Comisión.

Se levanta la sesión.

Eran las trece horas y quince minutos de la tarde.

Edita: **Congreso de los Diputados**

Calle Floridablanca, s/n. 28071 Madrid

Teléf.: 91 390 60 00. Fax: 91 429 87 07. <http://www.congreso.es>

Imprime y distribuye: **Imprenta Nacional BOE**

Avenida de Manoteras, 54. 28050 Madrid

Teléf.: 91 384 15 00. Fax: 91 384 18 24

Depósito legal: **M. 12.580 - 1961**

