



CORTES GENERALES

DIARIO DE SESIONES DEL

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

COMISIONES

Año 2008

IX Legislatura

Núm. 79

INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

PRESIDENCIA DEL EXCMO. SR. D. ANTONIO CUEVAS DELGADO

Sesión núm. 6

celebrada el miércoles 17 de septiembre de 2008

Página

ORDEN DEL DÍA:

Comparecencia del señor secretario de Estado de Turismo (Mesquida Ferrando), para fijar las líneas generales de su departamento. (Número de expediente 212/000103.)

2

Se abre la sesión a las cuatro y cinco minutos de la tarde.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a iniciar la sesión de la Comisión de Industria, Turismo y Comercio, la sesión número 6, con el orden del día que todos conocen, que es la comparecencia del secretario de Estado de Turismo para explicar la líneas generales de su departamento. Es la primera vez que viene a esta Comisión y aprovechamos para darle la bienvenida; esperemos que a lo largo de la legislatura podamos tener más ocasiones de debatir sobre el ámbito de su competencia, que es el turismo. Sin más dilación, porque queremos hacer las cosas con todo el tiempo necesario, pero con cierta celeridad por razones de agenda también, le vamos a dar la palabra, reiterándole la bienvenida.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO** (Mesquida Ferrando): Muchas gracias, señor presidente. Señorías, es para mí un honor comparecer en esta Comisión de Industria, Turismo y Comercio para exponer las líneas de trabajo que estamos llevando a cabo, que estamos desarrollando y que pretendemos continuar en el futuro. Quisiera iniciar mi intervención contextualizando la situación del turismo en este momento. Yo creo que cuando se analizan los últimos treinta años de turismo en España se ve que en el año 1978 recibíamos 30 millones de turistas, 29 para ser más exactos, y el año pasado recibimos 59,2 millones de turistas. Se puede pensar, en una comparativa de estos treinta años, que el camino recorrido es un camino de éxito. Es verdad que ha habido un éxito en el sector turístico español, es un sector de liderazgo mundial; pero también es verdad que en estos treinta años ha habido años de dificultades. Recordarán algunos de ustedes la situación que se vivió en España en los primeros años setenta, al principio de la década de los setenta, con la primera crisis energética, años muy complicados que se saldaron con dos buenos años turísticos, 1977 y 1978, con incrementos de llegada de turistas de más del 17 por ciento y de ingresos de más del 11 por ciento. La segunda crisis energética provocó una coyuntura muy negativa en el trienio 1979, 1980 y 1981, con caídas en las pernoctaciones de más del 20 por ciento. Los años 1989, 1990 y 1991 también fueron complicados, con reducción del número de turistas del 4,7 por ciento y disminuciones en las pernoctaciones de más del 26 por ciento. Desde entonces hasta ahora podemos decir que el sector turístico ha tenido un crecimiento sostenido de aproximadamente un 3 por ciento, que ha permitido a las empresas sanearse, sanear balances, hacer una gestión más profesional, y a muchas de ellas internacionalizarse. Por tanto, lo primero y el motivo de esta breve incursión histórica es resaltar que hoy las empresas turísticas están mucho más fuertes desde el punto de vista financiero, tienen mucha más solvencia para afrontar una situación de deterioro económico internacional, de deterioro de la

economía nacional también, como la que se está produciendo. España es un país líder mundial en turismo, líder mundial en turismo vacacional. Ocupamos el número dos por volumen de turismo extranjero y también ocupamos el segundo lugar por ingresos. En este contexto de una coyuntura económica complicada conviene analizar cuál es la evolución económica de los principales mercados emisores de turismo hacia España.

El producto interior bruto de Alemania en el segundo trimestre descendió un 0,5 por ciento, el primer descenso en cuatro años; el paro aumentó en julio en 50.000 personas. El Reino Unido, segundo país en importancia en emisión de turismo hacia España, en el segundo trimestre tuvo un crecimiento de su producto interior bruto del cero por ciento, el peor dato desde 1992; por tanto, el peor dato desde hace dieciséis años, acabando con 63 trimestres de continuo crecimiento. Aproximadamente hace quince días conocimos el número de ciudadanos británicos que solicitaron el subsidio de desempleo, que se situó en julio en la tasa más alta desde 1992. Francia, tercer país emisor de turismo hacia España, ha tenido un crecimiento negativo en el segundo trimestre del 0,3 por ciento, también el peor dato desde el 2002; e Italia ha tenido un crecimiento del 0 por ciento, el peor dato de los últimos cinco años. Con estas cuatro nacionalidades tenemos concentradas alrededor del 70 por ciento del turismo internacional que recibimos en España.

La situación económica de España la conocen tan bien como yo. Hace aproximadamente ocho meses cerramos el año con un crecimiento de la economía del 3,8 por ciento y hoy las previsiones de crecimiento del 2008 se sitúan en el entorno del 1 por ciento. Hace escasamente ocho meses cerramos el año con una tasa de paro del 8,3 por ciento, la más baja desde 1978, y conocimos el dato del paro de agosto, que ha sido el peor de los últimos diez años. Cerramos 2007 con una inflación del 2,8 por ciento y ocho meses después sobrepasa el 5 por ciento. En este contexto complicado, una situación económica con un deterioro muy acelerado, podemos decir con datos de julio que el turismo está resistiendo mejor que otros sectores la situación de deterioro económico que están sufriendo las economías de los principales mercados emisores de turismo hacia España y también el deterioro de la economía nacional. El turismo, yo lo he repetido en algunas ocasiones, no es un oasis, por tanto evidentemente tiene relación con la situación económica. Es verdad que todos los analistas coinciden en que hoy hay una situación diferente respecto a situaciones anteriores, y es que el gasto en ocio y en turismo es un gasto interiorizado, un gasto casi imprescindible en la renta personal o familiar disponible, por tanto un gasto no disponible.

Con los datos que tenemos hasta este momento, y cuando digo que el sector turístico está resistiendo mejor que otros esta situación, quiero decirles que en los siete primeros meses hemos recibido un 1,1 por ciento más de turistas alemanes; un 0,1 por ciento más respecto a los siete meses del año anterior, 2007, de turismo britá-

nico; y ha habido una disminución del turismo francés de un 5 por ciento. Evidentemente los balances tienen que hacerse cuando finaliza el año, pero hay una sensación de que este año se cerrará con unas cifras muy similares a las del año pasado, y hay que recordar que 2007 fue un año muy bueno desde el punto de vista turístico; pero nadie puede ocultar que hay unos factores de incertidumbre que han incidido en la situación actual y que obviamente de su evolución dependerá también la del turismo durante el año 2009. Es verdad que hace escasamente unas semanas se cotizaba a 147 dólares el barril de petróleo y hoy está rondando los 90, pero tenemos que recordar que en los doce meses desde mayo de 2007 a mayo de 2008 el barril de petróleo se incrementó un 83 por ciento, con el impacto directo que esto tiene sobre el transporte aéreo y también el marítimo, y obviamente el vehículo privado. Como decía, los tipos de interés también, la evolución de la inflación, la evolución de los tipos de cambio, que no es un problema menor, la apreciación del dólar respecto a la libra, todo ha provocado, junto al diferencial de inflación, un encarecimiento del destino España en el mercado británico de alrededor del 18 por ciento. Por tanto de la evolución de todos estos factores dependerá sin ninguna duda la evolución y la situación del sector turístico en los próximos meses y en el próximo año. Se pone de manifiesto en los siete primeros meses de este año un incremento del turismo respecto a los siete primeros meses del año pasado del 0,2 por ciento, por tanto nos encontramos con unas cifras muy similares a las del año anterior. La estancia media de los turistas se ha situado en 10 noches, un 4,6 por ciento más que en 2007, y el gasto medio por persona ha ascendido un 7 por ciento, y el gasto medio diario también creció un 2 por ciento.

Nosotros hemos ido trabajando —así lo he reiterado en muchas ocasiones—, con la hipótesis de que un deterioro económico de la situación, tanto del mercado nacional como de los principales países emisores de turismo hacia España, puede afectar al turismo. No es que pensemos que se vaya a deteriorar aún más la situación, porque yo creo que en definitiva tampoco se trata de generar un alarmismo. Hay personas en esta sala que me conocen, saben que yo ni soy alarmista ni triunfalista, suelo ser realista; en algunos casos tengo que manifestarles que en reuniones que he mantenido con el sector se me ha hecho alguna crítica precisamente porque entendían algunos representantes del sector que daba una visión excesivamente pesimista de la realidad. No, lo que hacemos es un diagnóstico de la realidad, yo creo que muy ajustado con el que realiza el sector, pero trabajamos, como he hecho yo siempre en todos los lugares donde he estado, contemplando la peor de las hipótesis; contemplando siempre la peor de las hipótesis es cuando uno puede ser eficaz, lo cual no quiere decir que la peor de las hipótesis vaya a producirse. Como decía, el Gobierno tiene una responsabilidad adicional, que es trasladar la confianza que merece nuestra economía, nuestro país, en la que el peso del sector turístico tiene

mucho que decir en cuanto a la fortaleza adquirida en estos años. Por tanto, lo que pretendemos —ahí nos marcamos como principal objetivo compartido con las comunidades autónomas y con los agentes económicos y sociales— es mantener y consolidar el liderazgo de España como destino turístico en un mercado cambiante que obliga a diversificar e incrementar la competitividad.

Quisiera también recordar muy brevemente el esfuerzo que se hizo en la anterior legislatura. En el periodo 2000-2003 el crecimiento de la llegada de turistas extranjeros a nuestro país fue de un 10,4 por ciento, frente al 12,9 registrado desde 2004 a 2007. En el año 2003 los principales indicadores turísticos mostraban una situación de estancamiento: el nivel de llegada de turistas extranjeros se situaba en niveles de crecimiento del 1 por ciento, el número de pernoctaciones había registrado una caída del 5,3 en 2002 y no se recuperó en 2003, que se cerró con un cero por ciento de incremento. Esta situación pedía una respuesta clara del nuevo Gobierno, habida cuenta del peso del turismo en la economía española, con una aportación de casi el 11 por ciento al producto interior bruto y un peso superior al 12 por ciento de la población ocupada. El Gobierno respondió incrementando la rentabilidad de la oferta turística a través de la diversificación, la sostenibilidad y la mejora de la competitividad, todo ello presidido por un decidido impulso a la cooperación con las distintas administraciones públicas y un esfuerzo continuo por la innovación.

En los pasados cuatro años se han innovado las políticas de promoción y apoyo a la comercialización exterior del turismo aplicadas por el Estado, diseñando un nuevo sistema de cooperación y trabajo en red con todas las comunidades autónomas y el sector empresarial. Se ha incorporado una nueva visión del turismo español en Internet, reforzando la marca España. Se ha apostado por mejorar el valor y la rentabilidad de la oferta turística, aplicando políticas de modernización de los productos e infraestructuras en los destinos turísticos maduros, y se ha impulsado una nueva cartera de productos para apoyar la desestacionalización y la diversificación geográfica. Todas estas acciones, junto a factores coyunturales en los distintos mercados, favorecieron un cambio radical. El ejercicio 2007, como decía, se cerró con la llegada de más de 59 millones de turistas internacionales, 8,2 millones más que en 2003. El gasto total de los turistas internacionales en España rozó los 50.000 millones de euros, 49.946 para ser exactos, 7.000 millones más que en 2003; asimismo se crearon 90.000 plazas hoteleras y la aportación del turismo al producto interior bruto se incrementó en un 8 por ciento. Estos resultados hablan por sí solos; no obstante, conscientes del cambio de modelo de sistema turístico y de la necesidad de dar un impulso conjunto para consolidar nuestro liderazgo internacional y para lograr que el sistema español sea el más competitivo y sostenible, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio promovió el desarrollo del Plan

Turismo 2020. Como SS.SS., este plan se aprobó en Consejo de Ministros el 8 de noviembre de 2007 y, previamente, por todas las comunidades autónomas en la Conferencia Sectorial de Turismo y por el sector en el Consejo Español de Turismo. Es un plan a largo plazo, un plan de todos, que en el 2008 ya ha iniciado su aplicación con un presupuesto superior a los 324 millones de euros y un grado de ejecución hasta el mes de julio de un 85 por ciento. Este presupuesto supone un incremento del 136 por ciento respecto a la cantidad al inicio de la legislatura. El punto de partida, como decía, es de confianza en que estamos ante un sector consolidado si nos atenemos a los quince años de crecimiento sostenido, con alguna inflexión por los atentados del 11 de septiembre; no obstante, como decía, estamos trabajando con la hipótesis de que los datos coyunturales puedan ser negativos. Sabemos que estamos ante un sector de manifiesta fortaleza, con un potencial de futuro por su gran valor diferenciador y competitivo. Teniendo en cuenta que esta afirmación es compartida por todos los que hacen del turismo la principal industria de nuestro país, se hace necesario que las líneas de trabajo futuro también sean compartidas por todos.

En nuestra agenda destaca trabajar con el conjunto de administraciones turísticas y con el sector privado, esta es la principal prioridad. Debemos hacer frente a la situación actual con un esfuerzo colectivo en el que las instituciones junto a los agentes económicos y sociales estarán sin duda a la altura de las circunstancias que merece España. Habiéndose cumplido ya los cien días de esta legislatura y bajo la dirección del ministro de Industria, estos primeros meses hemos mantenido permanentes reuniones con las organizaciones empresariales y sociales más representativas del sector turístico y también con las administraciones autonómicas, bien a través de encuentros bilaterales con consejeros de comunidades autónomas, bien con los directores en las mesas, directores generales que tuvo lugar el pasado 20 de mayo, o en la Conferencia Sectorial de Turismo el 22 de julio. Queda demostrado que para el Gobierno el turismo es un sector prioritario, porque es clave para la economía de nuestro país; por este motivo se crea la Secretaría de Estado de Turismo, puesto que ofrece una mayor capacidad de interlocución con el conjunto del sector, con las otras administraciones turísticas y en el seno del propio Gobierno, influyendo mejor en la toma de decisiones que afecten a otros departamentos cuando incidan en materia turística. También hemos adoptado medidas en aras a una mayor eficacia en la gestión. Hemos adaptado la estructura organizativa para desarrollar y gestionar de manera más integrada y eficaz las medidas recogidas en el Plan 2020. Hemos integrado en Turespaña, junto con las subdirecciones generales ya existentes, la de planificación y sostenibilidad, y la de cooperación y competitividad turística, así como el Instituto de Estudios Turísticos, convirtiendo al Instituto de Turismo de España, a Turespaña, en un potente instrumento de gestión que, bajo la presidencia de la Secretaría de Estado de Turismo,

ejerce una gestión integral de la política turística del Gobierno. El Gobierno, desde la Secretaría de Estado de Turismo, ha anunciado una serie de medidas consensuadas con el sector en las reuniones a las que hacía referencia, para hacer frente al proceso de deterioro de la situación económica en que se encuentran las economías internacionales. Entre ellas figura un plan, que se está ultimando, para la renovación y modernización de infraestructuras turísticas en sentido amplio. Consideramos que esta iniciativa ahora es más necesaria que nunca por los problemas de liquidez que puedan aparecer en las entidades financieras. En materia de promoción hacia el exterior, que es responsabilidad directa del Estado en materia de turismo, el último trimestre de este año vamos a lanzar una campaña especial para promocionar España en los principales mercados extranjeros. Se dirigirá a 25 países con el objetivo de reforzar los mercados donde se vislumbran dificultades, en los que recaerá la mayor inversión, pero sin descuidar los países que mantienen un buen comportamiento, como es el caso de los países nórdicos. Asimismo, en esta línea de refuerzo, en el mes de agosto hemos realizado para la temporada de verano una campaña de la Q de calidad, con un importe de 500.000 euros, que se suma a los 2 millones de euros de la campaña genérica, por tanto 2,5 millones de euros.

El ministro de Industria, Turismo y Comercio también ha hecho referencia en distintas comparecencias a proyecto como el programa de recualificación de destinos maduros, el proyecto Winter in Spain, el turismo senior europeo y desde luego el impulso y el desarrollo del Plan del turismo español horizonte 2020. El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio está elaborando el Plan de renovación de instalaciones turísticas que se articulará a través de instrumentos financieros que suponga condiciones muy ventajosas para las empresas del sector turístico, con el consiguiente incremento en la calidad de nuestras infraestructuras, que permitirá nuestra adecuación al turismo fuera de temporada o, por ejemplo, al turismo senior. El presidente del Gobierno, al presentar su informe ante el Consejo Económico y Social el 23 de junio pasado respaldó esta iniciativa. Este plan contribuirá al logro de dos objetivos complementarios. Por un lado, contribuirá a mejorar el nivel y atractivo de nuestra oferta, especialmente alojativa, por cuanto priorizará los proyectos en hoteles relativos a incremento de zonas verdes, construcción de instalaciones deportivas y de ocio, modernización de las unidades de alojamiento, mejora de las zonas de recepción y salones sociales y de reuniones, áreas de convenciones, instalaciones dedicadas al cuidado de la salud, espacios de restauración; asimismo, permitirá mejorar la accesibilidad, la implantación de nuevas tecnologías, de la seguridad y de la prevención, así como la mejora de la gestión medioambiental de los establecimientos mediante sistemas de energías renovables y dispositivos para el ahorro de agua, depuración o reciclado de residuos, y también aislamiento acústico y térmico. Tam-

bién se plantearán inversiones encaminadas a la implantación de sistemas de gestión normalizada para empresas que conduzca a la obtención de la Q de calidad. Por otro lado, esta inversión tendrá un claro efecto, claro efecto de inversión inducida, un claro efecto anticíclico que puede servir para paliar las consecuencias de la actual situación económica al incidir directamente sobre un sector tan clave como es el de la construcción, y de forma indirecta en sus industrias auxiliares; una medida que se traducirá en un incremento de la competitividad de nuestras industrias turística frente a nuestros más inmediatos competidores.

Quiero destacar especialmente otro de los programas más destacados del Plan 2020 por la importancia que va a tener en esta legislatura, el de los proyectos extraordinarios de recualificación de destinos maduros. Son proyectos piloto con un efecto demostración que propiciará que este tipo de iniciativas se tomen en otros destinos maduros, a la vez que contribuirán a consolidar el liderazgo turístico de España a nivel mundial. Se trata de reconversión o modernización integral de destinos maduros, con proyección internacional, impulsados, desarrollados y cofinanciados entre todas las administraciones competentes y con la participación del sector empresarial con el propósito de implantar un modelo turístico de futuro. Estamos trabajando en los tres primeros proyectos iniciales, los que tienen un trabajo más avanzado, la playa de Palma, la Costa del Sol (el Plan Cualifica) y San Bartolomé de Tirajana. Son proyectos que requieren acuerdo con las instituciones implicadas, en este caso Administración local, autonómica y Administración del Estado. La secretaría de Estado forma parte del consorcio para la mejora y el embellecimiento de la playa de Palma. El concurso internacional de ideas para la elaboración del plan director de reconversión de la playa de Palma fue ya resuelto, fue presentado el proyecto ganador y la empresa adjudicataria está llevando a cabo una ronda oficial de contactos con empresas y con sociedad civil, avanzando en el trabajo del plan director. Muy recientemente se ha dado un nuevo impulso al proyecto con la creación de un comisionado del Gobierno, según acordó el Consejo de Ministros el pasado 29 de agosto, con, como digo, la creación de un comisionado del Gobierno para el proyecto de la playa de Palma, que sin duda favorecerá o facilitará unas labores de interlocución interministerial. Con relación al Plan Cualifica también formamos parte del consorcio, consorcio que fue constituido el lunes pasado, es decir anteaer, en el que participan la Administración autonómica, la Junta de Andalucía, en concreto con cuatro consejerías implicadas, ocho ayuntamientos, la Diputación Provincial de Málaga y agentes económicos y sociales, en este caso el sindicato UGT, Comisiones Obreras y la Confederación de Empresarios de Andalucía. Para el último de los proyectos, el de San Bartolomé de Tirajana, por diversas vicisitudes no se ha podido firmar hasta este momento la constitución del consorcio; seguimos trabajando para que pueda produ-

cirse su constitución, que es un elemento imprescindible para abordar un proyecto de esta envergadura. En relación con el turismo social europeo y el Winter in Spain, son dos proyectos importantes que se están elaborando para trabajar en la lucha contra la estacionalidad del turismo español. En coordinación con otros ministerios, instituciones europeas, empresarios y sindicatos estamos elaborando un nuevo proyecto de turismo social europeo, turismo senior a Europa, dirigido a paliar, como digo, la estacionalidad del empleo y de la actividad económica en temporada baja, a la vez que colaboraremos en la construcción de la ciudadanía europea. El objetivo es diseñar y gestionar un amplio sistema de viajes, parcialmente bonificados, en temporada baja y para viajeros senior entre ciudadanos europeos de distintos países. El mercado potencial es muy amplio y creciente, ya que en Europa hay más de cien millones de personas entre 55 y 75 años con gran propensión a viajar durante los meses de invierno. El proyecto tiene ya unas bases teóricas y cuenta con la probada experiencia del Imsero español en programas de turismo social. Se trata ahora de convertirlo en transnacional extendiéndolo a otros países de la Unión Europea. A tal efecto se está trabajando en la puesta en marcha de este proyecto piloto con varios países de la Unión. Se busca además que este proyecto piloto sea compartido a todos los niveles entre los gobiernos central, autonómico y local, y entre los diversos Estados de la Unión Europea, así como entre los agentes sociales, empresarios y sindicatos; y todo ello bajo el criterio de corresponsabilidad de ingresos y gastos, y de voluntariedad de participación tanto de comunidades autónomas como de municipios. El objetivo es que este plan inicie su andadura en el primer trimestre del año que viene. De forma complementaria estamos analizando este programa Winter in Spain específicamente desde España, estudiando las ofertas existentes en este segmento en los principales mercados emisores europeos y el comportamiento del consumidor frente a este tipo de productos, así como el diseño de producto que mejor responda a las preferencias del consumidor. Se trata de atraer con paquetes que engloben traslado y alojamiento a turistas de una cierta edad durante largas estancias en instalaciones hoteleras, muchas de las cuales están infrautilizadas o incluso cerradas durante la temporada baja; por tanto se trata de reabrir estas instalaciones en la temporada baja con paquetes vendidos destinados a grupos de turistas europeos. Pretendemos en una primera fase hacer un importante programa de promoción, que llevaremos a cabo el próximo año, para dar a conocer las ventajas de pasar el invierno en España, y trabajar a continuación en el diseño y construcción de un club de producto adecuado a este segmento.

Además de estas iniciativas, algunas de ellas recogidas en el Plan 2020, estamos concretando, desarrollando e impulsando el conjunto de las medidas contenidas en el ambicioso Plan 2020, unas medidas que responden adecuadamente a los retos que tiene plan-

teado el turismo en el presente y en el futuro. Dentro de esta labor de desarrollo estamos teniendo muy presente la actual coyuntura económica. El Plan 2020 dispone de un crédito para el año 2008 en relación con la promoción y comercialización de 88 millones de euros, ejecutado en casi un 80 por ciento, para mejorar el valor ofrecido al cliente con experiencias turísticas que diferencien y potencien la personalidad y el posicionamiento de España como destino turístico, un cliente, no olvidemos, cada vez más exigente, con acceso a mayor información, con herramientas que le permiten interactuar directamente con todos los agentes del sistema turístico. En nuestras conversaciones con representantes del sector hemos concluido la necesidad de optimizar los esfuerzos en materia de promoción y apoyo a la comercialización turística, y reforzar, como ya he señalado, las acciones promocionales de Turespaña para hacer frente a la actual coyuntura, en especial ante la incertidumbre existente en los mercados emisores para los próximos meses de otoño e invierno. De forma complementaria firmamos la semana pasada con el Consell Insular de Ibiza, de la Comunidad Autónoma de Baleares, una campaña de refuerzo en Alemania, Reino Unido y Francia por el mismo importe que se firmó en julio con la isla de Menorca. De este modo queremos garantizar nuestra constante presencia en la mente del consumidor y que sea determinante a la hora de decidir dónde viajar, apoyando así la comercialización de nuestros productos fuera de la temporada estival. Además, estamos diseñando nuevas estrategias de imagen y comunicación, centrándonos en los mercados europeos consolidados, donde tenemos que aprovechar las ventajas competitivas, y concretándonos en los viajes a destinos culturales y de ciudad de corta duración, como es el caso de Barcelona.

En esta estrategia no olvidamos los mercados emergentes o las próximas aperturas de nuevas oficinas de turismo en Bombay y en Praga, así como jornadas celebradas en Estonia, Letonia, Lituania, Sudáfrica, China y Corea. A su vez, no quiero dejar de mencionar el trabajo realizado por todas las administraciones y las posibilidades que ofrecen las campañas de comunicación. En este marco, estos tres últimos años hemos diseñado las campañas de imagen de la marca España bajo criterios de diferenciación y diversidad de sus destinos; una campaña abierta para todos, porque nuestro deseo es que la cooperación se refuerce. La campaña Smile! you are in Spain, que ha tenido una continuación con promoción de destinos en comunidades autónomas, ha tenido asimismo como objetivo básico reflejar el peso de los distintos productos turísticos en los diferentes mercados, diseñando una arquitectura de marca que permitirá la diferenciación y la promoción de los distintos destinos a través de acciones cooperativas. Este año 2008 hemos firmado convenios para campañas cooperativas con las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Galicia, Murcia y Navarra, además de con las marcas interregionales que agrupan a varias comuni-

dades (Camino de Santiago, España Verde, Pirineos y Ciudades Patrimonio). Se han destinado 6 millones de euros. En la actualidad están en proceso de negociación y firmaremos, si no hay dificultades en los próximos días, convenios cooperativos con Cataluña, la Comunidad Valenciana y Madrid. Los costes realizados en los principales mercados de la campaña Smail muestran que tiene un elevado nivel de reconocimiento espontáneo, que gusta, que llama la atención, que es increíble, que se identifica con el país fácilmente. Desarrollaremos estas acciones de forma cooperativa con muchos de nuestros destinos y marcas, así como con las líneas aéreas que cuentan con conexiones directas con nuestro país, con turoperadores especializados y mediante alianzas con marcas como Iberia, que nos permite desarrollar una intensa campaña de otoño en los principales mercados europeos. En la línea de trabajo de refuerzo de nuestro posicionamiento, y dentro del capítulo de la promoción, estamos ultimando una campaña de publicidad especial con un presupuesto de 3 millones de euros, que se difundirá en trece mercados a partir del 13 de octubre; mercados como son Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Países Bajos, Bélgica, Suecia, Suiza, Portugal, Noruega, Dinamarca, Austria y Finlandia, cuyos objetivos son demostrar lo mucho que se ha transformado España en este cuarto de siglo y cómo está respondiendo a los cambios en los hábitos y preferencias de nuestro clientes y, obviamente, reforzar nuestra imagen de marca y de presencia en estos mercados.

Quiero destacar el trabajo que estamos haciendo también en el marco del plan de objetivos para la promoción exterior del turismo de Turespaña a través de la red de las oficinas de turismo en el exterior. Ya hemos ejecutado más de mil actividades del plan operativo 2008 en el conjunto de los mercados exteriores en los que estamos presentes y tenemos previsto ejecutar desde enero a final de año 3.300 acciones. El 53 por ciento de ellas se han incluido a propuesta de las comunidades autónomas, por lo que el nivel de cooperación de las oficinas de turismo con las diferentes comunidades autónomas es muy elevado.

Igualmente estamos dedicando esfuerzos crecientes a la promoción y al apoyo de la comercialización *on line*. El portal del turismo español spain.info ha tenido entre enero y agosto de este año más de diez millones de visitas y más de 46 millones de páginas visitadas. El esfuerzo de la campaña de publicidad *on line* es creciente, tanto la genérica de imagen de España como la cooperativa; y estamos trabajando ya en la puesta en marcha de una nueva versión del portal del turismo español. Está previsto que su periodo de desarrollo se inicie el último trimestre de 2008 y finalice en el segundo-tercer trimestre del año 2009. En términos tecnológicos se denomina sistema de información, ya que supera la versión 2.0, y es más que un portal, ya que la información se publica simultáneamente en múltiples lugares, se comparten contenidos y se genera información por parte de los usuarios. Hasta ahora spain.info

ofrecía portales distintos para cada mercado, hasta un total de 17; con la nueva versión sólo habrá uno más fácil de posicionar, que como aportación más importante facilitará la publicación simultánea de la información en múltiples lugares; es decir, *spain.info* mandará información de su portal a los lugares que más visitan los usuarios: Google, Youtube, y además lo hará en el idioma de cada mercado. Hemos dado todos los pasos para poner en marcha también la implantación de un sistema CRM (*customer relationship management*) en Turespaña, con un presupuesto de 3 millones de euros. Se trata de una gran base de datos que unificará toda la información de las oficinas de turismo, racionalizará la distribución de materiales, permitiendo un mejor tratamiento y análisis de los contenidos. Se conseguirá la prestación de un servicio público más eficaz, ágil y segmentado, permitiendo planificar acciones de marketing *on y of line*. A partir del 6 de octubre el sistema se implantará de forma piloto en las oficinas de Dublín, Londres, Milán y Roma. En la actualidad se está finalizando el plan de formación interno para los gestores del CRM. De forma complementaria, también se crea un *contact center* que también entrará en funcionamiento el 6 de octubre, al que se redireccionarán las consultas telefónicas y de Internet que llegan a cada oficina de turismo. Este centro introducirá toda su información y también la recibirá a través del CRM.

Además de estas acciones de posicionamiento y de promoción, y sin salir del eje valor al cliente del Plan Turismo 2020, estamos desarrollando el programa España Experiencial, mediante la puesta en marcha del proyecto Privilege Spain, de la creación de productos de alto potencial para mercados en crecimiento, clubes de producto y planes de desestacionalización. Privilege Spain se encuentra en una fase avanzada, con un grado de ejecución presupuestaria del 88 por ciento, es decir 3,5 millones de euros de un total de 4 millones. Se trata de un proyecto de creación y de promoción de líneas de producto innovadoras, ajustadas a clientes de mayor nivel de gasto y alta rentabilidad, que realizan sus consumos turísticos fuera de la temporada alta. Su objetivo, por tanto, es la desestacionalización y la diversificación. Privilege Spain es ya una marca registrada por Turespaña. Si bien es un proyecto abierto, se han identificado cuatro mercados (Reino Unido, Italia, Alemania y Francia) y nueve destinos (País Vasco, La Rioja, Cataluña, Castilla y León, Madrid, Comunidad Valenciana, Galicia, Andalucía y Asturias), y ya contamos con la asistencia técnica que permitirá ofrecer la ayuda necesaria a los destinos piloto para la articulación del producto. En el próximo mes de noviembre iniciamos la primera acción de publicidad *on line* en el mercado alemán.

Para atender a los nuevos hábitos y preferencias de los clientes también estamos actuando directamente sobre la calidad de los productos y destinos haciendo especial hincapié en la calidad percibida por el turista. Para ello estamos desarrollando dos nuevos programas

con una asignación presupuestaria para 2008 de 670.000 euros denominados cultura del detalle y embellecimiento de destinos, que tienen el objeto de mejorar la percepción de los turistas sobre sus experiencias en España; con la cultura del detalle pretendemos desarrollar una estrategia de servicio y atención al cliente entre prestadores de servicios turísticos orientada a enriquecer la experiencia del turista que visita España, que fomente la cultura del detalle, la hospitalidad y el compromiso con el trabajo bien hecho. Estamos trabajando en los contenidos y los soportes de formación y sensibilización de este programa y estamos también elaborando un manual de cultura del detalle. Por lo que se refiere al otro programa, embellecimiento de destinos, busca estimular la adopción de prácticas de embellecimiento de destinos, instalaciones y equipamientos. En una primera fase, que se inicia este mes tras un diagnóstico de varios destinos, se editará un manual que contenga las claves para el embellecimiento urbano de los destinos dirigido a profesionales y técnicos de la Administración local, que en una segunda fase, a desarrollar en 2009, se integrarán en un plan de formación.

También dentro de la mejora de la calidad seguimos avanzando junto a la difusión de la marca Q de calidad turística, con una inversión total para campañas de 2,5 millones de euros, ya comentada, en la evolución del modelo de sistema de calidad turística española hacia la calidad experiencial adaptando y consolidando la metodología a nuevos productos y perfeccionando los instrumentos informáticos que garantizan el funcionamiento de la coherencia del sistema. En concreto, este año la secretaría de Estado ha invertido 2 millones de euros en la extensión del sistema de calidad a cuatro nuevos sectores, balnearios, espacios naturales y playas, ya incorporadas al sistema, y golf, en elaboración muy avanzada, incorporando el valor, como decía, experiencial al conjunto del sistema, reforzando la mejora de la calidad en la gestión de los municipios turísticos, implantando el sistema de calidad en veintidós nuevos destinos e incorporando al territorio de las comunidades autónomas la extensión del sistema. Está en proyecto convenios con Andalucía, Asturias, Baleares, Galicia, País Vasco y Comunidad Valenciana.

La sostenibilidad es otro eje importante del Plan 2020; en términos de dotación presupuestaria, yo diría que es el principal eje. La secretaría de Estado dedica este año 215 millones de euros, con una ejecución presupuestaria cercana al 90 por ciento. La principal partida presupuestaria, 150 millones de euros, casi 30 millones más que para la convocatoria de 2007, se centra en instrumentos financieros con cargo al fondo financiero del Estado para la modernización de las infraestructuras turísticas. La medida se articula a través de una línea de préstamos a bajo interés, 0,5 por ciento, con cargo a este fondo, a devolver en quince años y con un periodo de carencia de cinco. Son susceptibles de financiación con cargo a este fondo actuaciones en infraestructuras, como adecuación de paseos marítimos o planes de accesibi-

lidad; equipamientos, como parques, museos u oficinas de turismo; servicios públicos municipales, como la instalación de contenedores soterrados o la modificación del alumbrado público para ahorro de energía, así como la creación de producto turístico y la promoción de los destinos. Es un instrumento de colaboración entre las administraciones y el sector privado para asegurar la sostenibilidad y la competitividad de nuestro sector. La mesa de directores celebrada el pasado día 20 de mayo fue informada de algunas nuevas líneas, que se recogen en un borrador de real decreto regulador de esta iniciativa destacando como novedad la eliminación del tope del número de habitantes, hasta ahora 100.000, en las candidaturas y la posibilidad de elevar la cuantía máxima del préstamo cuando el proyecto forme parte de un plan global de reconversión, situado en 6 millones de euros.

Otra de las líneas fundamentales de este eje es el desarrollo de estrategias específicas de desestacionalización, objetivo presente en un gran número de acciones a las que ya hemos hecho referencia y en el que estamos impulsando iniciativas concretas, como la puesta en marcha de los nuevos planes de competitividad de destinos, a los que la secretaría de Estado va a dedicar este año más de 18 millones de euros. Tienen como principal innovación aunar los recursos de las tres administraciones territoriales en el desarrollo de productos turísticos específicos y diferenciadores de un determinado destino, especialmente los que gozan de un mayor potencial desestacionalizador. Los planes se traducen en actuaciones como por ejemplo rehabilitación de recursos urbanos, adecuación de recursos naturales y culturales de una zona, potenciación de infraestructuras turísticas, creación de una red de museos y centros de interpretación del patrimonio cultural y natural, dinamización de una zona mediante la potenciación del patrimonio cultural y natural, preservación de sus costumbres y tradiciones, recuperación de cascos históricos mediante rehabilitación, preservación del patrimonio monumental o peatonalización y alumbrado de calles o espacios de interés turístico. Con idéntico objetivo desestacionalizador dentro de los proyectos demostrativos en red de turismo y medio ambiente, están en marcha los programas relativos a los clubes de productos, rutas del vino, diecisiete rutas en la actualidad; estaciones náuticas, veintiuna estaciones náuticas en la actualidad, y se está avanzando en la configuración de nuevos clubes de productos como son la ruta del jamón, la del ecoturismo en parques acreditados, con la Carta europea de turismo sostenible, y el diseño del producto turístico reserva de la biosfera española. Asimismo y en colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias, hemos elaborado un manual de gestión turística local, que presentó el director general de Turismo en las jornadas organizadas por la FEMP en Madrid el pasado 7 de julio. Hemos impulsado la constitución de órganos mixtos de gestión y promoción turística, y este año se han incorporado cuarenta y cinco municipios al plan.

Por último en este eje de sostenibilidad y en cumplimiento del programa turismo, medio ambiente y sociedad del Plan 2020, estamos realizando en colaboración con el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino un estudio de análisis y viabilidad para la creación de un centro nacional de tecnologías ambientales para el turismo. Pretende ser un centro de referencia que desde la innovación tendrá funciones formativas y de asesoramiento a profesionales del turismo. Queremos que cuente también con un departamento de innovación tecnológica que colabore con otros centros tanto nacionales como extranjeros y que difunda buenas prácticas, de forma que la integración medioambiental y la sostenibilidad se conviertan en un atributo de la oferta turística española.

Para desarrollar en el turismo las ventajas de la nueva economía, en la que la innovación, el conocimiento y la captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos claves para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio, la secretaría de Estado ya ha invertido el 73 por ciento de los 20 millones de euros dedicados a este fin. Hemos invertido 6 millones de euros en estadística turística a través del Instituto de Estudios Turísticos como herramienta básica para la toma de decisiones en el sector. El Instituto de Estudios Turísticos ha realizado un gran esfuerzo ampliando la muestra de Frontur, Egatur y Familitur. Esta última, en noviembre de 2007, se ha ampliado e introducido en Ceuta y Melilla pasando de 3.840 hogares en 1996 a 16.248 hogares en 2007, y de 11.520 encuestas en 1996 a 64.992 en 2007, por tanto, mejorando sustancialmente la calidad de las estadísticas. También hemos logrado una mejora y una actualización más actualizada de los registros administrativos para las encuestas en frontera o hemos puesto en marcha la encuesta Habitur sobre los hábitos de los turistas internacionales que nos visitan, entre otras opciones. En este sentido, quiero destacar el acuerdo firmado el pasado 10 de julio con el Gobierno de Canarias que establece las líneas básicas de cooperación estadística entre el Instituto de Estudios Turísticos y el Instituto Canario de Estadística. El acuerdo regula los mecanismos operativos para el intercambio de información entre ambas instituciones, y la mejora de trabajos estadísticos de forma cooperativa, sin duda mejorará el conocimiento de las personas que viajan a Canarias mediante una importante ampliación de la muestra.

En formación, al final del ejercicio la secretaría de Estado habrá invertido 3 millones de euros en becas. Por primera vez hemos incorporado al sector turístico con una dotación de 2 millones de euros la línea de apoyo a las agrupaciones empresariales innovadoras. Hasta ahora, el Ministerio de Industria disponía de un registro de este tipo de agrupaciones, de las que del sector turístico solo había una. Con esta iniciativa en este momento se están valorando treinta y dos propuestas. La secretaría de Estado lanza esta línea de subvenciones destinadas a grupos de empresas privadas, por ejemplo asociaciones hoteleras que presenten proyectos en materia tecnológica

innovadora, por ejemplo creación de plataformas de comercialización, formación o de divulgación. El proceso para la solicitud de subvenciones se inicia con la presentación por parte del grupo empresarial de un borrador del plan estratégico en el que se valora muy positivamente la colaboración con entidades públicas —universidades, centros tecnológicos— al objeto de que haya una transferencia de conocimientos. Una vez valoradas las propuestas, la secretaría de Estado subvenciona hasta el 70 por ciento de lo solicitado.

Una de las acciones también emblemáticas que estamos impulsando en el ámbito de la innovación es la creación de una red de inteligencia e innovación turística con medios propios y también con el Consejo Superior de Cámaras. Firmamos precisamente ayer un convenio con dicho consejo, convenio al que se destinarán 14,9 millones de euros —Turespaña aportará en los próximos tres años 3,6 millones—, con el objeto de mejorar la posición competitiva, la gestión y la innovación de las empresas turísticas, en particular pymes. Por otro lado, hemos impulsado la reciente firma de un acuerdo entre Segitur y el Instituto Tecnológico Hotelero para promover la innovación en el sector hotelero a través de un programa de sensibilización en materia de innovación que va a mejorar la información y el conocimiento de 14.000 empresas hoteleras y de 198.000 profesionales del sector. Como parte de este programa se celebrarán jornadas de formación y difusión centradas en tres grandes áreas: turismo, nueva economía, innovación en el sector hotelero y buenas prácticas. Asimismo hemos previsto elaborar una guía de innovación para el sector y un mapa de las ayudas existentes. A su vez, Turespaña cuenta con 1,1 millones de euros, de los que se ha ejecutado el 30 por ciento, para la realización de estudios de mercados y productos. En el caso de los mercados quisiera destacar los que están preparando sobre México, Países Bajos, mercados árabes, Australia y Nueva Zelanda. En productos se publicarán de forma inminente estudios de turismo idiomático, turismo de reunión y se presentarán también los de turismo de salud y bienestar y turismo de montaña, que están ya en su fase final.

En el marco de las actuaciones para preparar el camino en la evolución de las acciones de comunicación del turismo español, el plan operativo 2008 contempla la realización, cuyo proceso ya se ha iniciado, de un estudio sobre el posicionamiento de la marca turística España. Este estudio permitirá la definición de la identidad de la marca turística España entendiendo como tal la percepción que sobre la misma tienen todos los agentes encargados de su difusión de la definición de la imagen de la marca turística España, entendiendo como tal la percepción que sobre la misma tienen sus destinatarios, y el posicionamiento de la marca España, entendiendo como tal la posición que tiene la marca con relación a las principales marcas, todo ello con objeto de definir una estrategia de comunicación que permita el diseño de las acciones y planes de comunicación de Turespaña en los próximos años. Adaptaremos la arquitectura de marca a

través de un proceso participativo en el que estamos convocando a las comunidades autónomas. Hemos convocado un foro en Sevilla 2008 como acto central dirigido a la difusión de debate del estado actual del conocimiento y desarrollo del concepto de marca vinculado al turismo. Tenemos prevista además la celebración de dos jornadas dirigidas a la puesta al día de la información relevante relativa a la situación actual de los mercados emisores, en Málaga y Murcia, y un foro relativo a nuevas fórmulas de comercialización, que tendrá lugar a finales de 2008 en Navarra.

Quiero destacar una propuesta que planteamos en la reunión de la Comisión permanente interministerial de Turismo sobre la formación, el empleo y las condiciones laborales. Estamos trabajando con los ministerios de Educación, Política Social y Deporte y con el Ministerio de Trabajo e Inmigración para la creación de un foro de formación y empleo en el sector turístico que lleve a cabo un adecuado seguimiento de la evolución del empleo, la educación y la formación en este sector y que a su vez valore su evolución y conozca en profundidad su problemática, elabore estudios y evalúe la información existente con objeto de proponer las soluciones más convenientes para el mismo. La complejidad intrínseca de la actividad turística y la multiplicidad y heterogeneidad de sus actores convertirán a este foro en un instrumento particularmente idóneo para contribuir al desarrollo turístico desde la perspectiva del empleo, la educación y la formación en el sector. Este instrumento se configurará como un complemento al esquema de colaboración interadministrativa, pues constituirá un órgano colegiado de carácter asesor creado con la finalidad de seguir el curso de la evolución turística desde la óptica de las relaciones laborales y la formación en el sector y proponer las alternativas más adecuadas para la mejora de la competitividad. Su objetivo consistirá en definir, difundir e implantar las carreras profesionales en las empresas en función de sus necesidades, prestando especial atención a las singularidades que plantean las microempresas turísticas y a la incorporación e integración de la inmigración en el sector. Asimismo deberá analizar todos los procesos que se vienen desencadenando en el mundo de las relaciones laborales y emitir los correspondientes informes y dictámenes. En este contexto, este foro elevará sus conclusiones al Consejo Español de Turismo, en el que participan Administración autonómica y local, las dos organizaciones sindicales más representativas a nivel estatal, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, el Consejo Superior de Cámaras, así como las escuelas de turismo.

Mejorar el marco competitivo creando un entorno óptimo para la creación y desarrollo de negocios turísticos competitivos es otro de los ejes orientadores del Plan Horizonte 2020. Es este ámbito ya informamos en mayo pasado a la mesa de directores generales sobre las actuaciones efectuadas por el grupo de trabajo de esta conferencia sectorial sobre ordenación normativa y sim-

plificación administrativa en materia de turismo, que afecta tanto a los establecimientos como a la prestación de servicios turísticos, como consecuencia de la adaptación legislativa que exige la Directiva europea de Servicios. Corresponde esencialmente a las comunidades autónomas esta tarea de adaptación. A estos efectos, el Estado ha desarrollado un sistema informático para facilitar la evaluación y adaptación a la normativa. Estamos cerrando con los ministerios afectados el Plan de acción interministerial en favor del turismo y estamos realizando reuniones bilaterales para llevar a cabo diversos acuerdos.

En concepto de accesibilidad turística, la secretaría de Estado, en colaboración con el sector empresarial y las organizaciones no gubernamentales, viene impulsando la mejora de la accesibilidad de los turistas con movilidad reducida o discapacidad a todos los destinos y establecimientos turísticos españoles con el objetivo último de consolidar la implantación en España de un turismo accesible para todos. Para ello, se está difundiendo el contenido del decálogo de la accesibilidad turística mediante cursos específicos impartidos a empresarios del sector y responsables locales.

La calidad es el eje fundamental de la política de paradores. Para hacerla realidad en los últimos cuatro años se han invertido 246 millones de euros, de los cuales más de 60 millones corresponden al presente ejercicio. El Gobierno ha llevado a cabo reformas integrales en diez establecimientos, como ha sido el caso de Antequera, Argomaniz, Málaga, Mojácar, El Saler, Granada, Puebla de Sanabria, Toledo, Soria y Vic-Sau. Asimismo se está trabajando en dieciséis nuevos paradores, seis en construcción, con una inversión prevista de 104,5 millones de euros, y diez que están en proyecto. Inversión prevista de Turespaña, 190 millones de euros. En la actualidad la red de paradores está formada por noventa y dos establecimientos. En los últimos cuatro años la red incrementó sus ingresos en un 14,7 por ciento, 283 millones de euros en 2007 frente los 247 de 2003. Estos datos ponen de manifiesto la capacidad y la importancia de la red de paradores. El Gobierno de España considera dicha red como una herramienta esencial y estratégica de la política turística. Paradores favorece el desarrollo de destinos con menor demanda turística creando una nueva oferta hotelera. Se trata, en definitiva, de un importante motor de dinamización de la economía, generador de empleo e impulsor de otros sectores, como el comercio, la restauración y el ocio en general. La apuesta de la Sociedad de Paradores, en consonancia con la política del Gobierno, se centra en el fomento del turismo sostenible, respetuoso con el patrimonio y con el entorno en aquellas zonas de nuestro país menos desarrolladas turísticamente. Por lo tanto, toda la inversión y el esfuerzo que el Gobierno realiza a través de Paradores cumple el objetivo de mantener a España como un país líder en turismo mundial descubriendo nuevos destinos y nuevas formas de hacer

turismo. Junto a sol y playa, España es cultura, es historia y es diversidad.

No he hecho sino un repaso, señorías, de algunas de las actuaciones que estamos llevando a cabo. Estamos trabajando y tratando de aportar conocimiento, tecnología y valor a los agentes del sector, de incorporar la cultura cooperativa en la consecución de resultados, de poner en marcha proyectos innovadores que sirvan de efecto demostración, de desarrollar proyectos con proyección internacional para el sector turístico y de trabajar la corresponsabilidad de todo el sector turístico español. La actual coyuntura económica internacional, la importancia de este sector para nuestro país y nuestra responsabilidad como poderes públicos nos están pidiendo más que nunca que trabajemos juntos con visión de futuro y que sepamos identificar los importantes retos que el cambio global está produciendo en el turismo. Espero en este camino y en este trabajo contar también con el apoyo de SS. SS.

El señor **PRESIDENTE**: Vamos a dar la palabra a continuación por el Grupo Parlamentario Popular a la señora Salom.

La señora **SALOM COLL**: En primer lugar desde el Grupo Popular le damos la bienvenida a esta Comisión, en la que hoy es su primera comparencia, le deseamos suerte y esperamos que sea frecuente su presencia en la misma para dar explicaciones a los distintos grupos de las actuaciones en materia de turismo. De una forma resumida y breve, de su intervención destacaría que nos ha hecho un resumen de los últimos años de cómo ha ido evolucionando el turismo, ha repetido básicamente lo que dijo el ministro en su última comparencia aquí y después ha detallado algunos de sus proyectos. Yo he notado ahí voluntarismo sí pero compromiso potente con el sector turístico no. Hace falta un calendario, unas prioridades y presupuesto, señor Mesquida; un compromiso potente del ministro Sebastián y de usted con el mundo turístico para intentar mejorar la competitividad de este sector y para intentar mejorar la rentabilidad de nuestras empresas. Hemos visto en estos últimos días que al ministro Sebastián le gusta pelear para tener un gran ministerio, un ministerio potente, con mucho poder. Ha peleado con el señor Solbes para controlar en cierta manera los organismos reguladores de la competencia y estos días mantenía un cierto pulso con la ministra Garmendia para el control de temas aeroespaciales. Nuestra pregunta sería si peleará el ministro Sebastián para tener los recursos presupuestarios necesarios que permitan impulsar el turismo en nuestro país; si pelearán el ministro Sebastián y usted para liderar la mejora de la competitividad turística de nuestro país, que hace falta, que es imprescindible y que es lo que está reclamando el sector.

Hoy por hoy el sector turístico en España se ve, y no hay que ser alarmistas, con cierta preocupación. Hay una gran inquietud y el futuro es incierto. El resumen de la

situación sería que ha disminuido la rentabilidad empresarial; estamos perdiendo competitividad de forma importante frente a nuestro competidores. En la navegación aérea hay una de las peores crisis de nuestra historia, y de todos es conocida la situación económica de nuestro país, la situación económica de crisis en Europa, por lo que esto supone de reducción de gastos, donde las familias se aprietan el cinturón y eso, evidentemente, traerá y trae unas consecuencias para el turismo. Hoy hemos visto como el secretario de Estado una vez más se envuelve en cierta manera en la bandera del triunfalismo, de la autocomplacencia, dando por muy positivos los datos que ha explicado hoy y que el otro día ya adelantó en el Pleno el ministro y que el Grupo Popular no comparte, dando como balance positivo que han venido más turistas que nunca a través de nuestras fronteras o, al tiempo —que tampoco nos sirve—, que nuestro sector turístico ha estado resistiendo mejor que otros el difícil contexto económico internacional. Eso no lo compartimos desde el Partido Popular. Creemos que el mayor problema que está atravesando hoy el sector turístico y que preocupa a los profesionales es sin duda el descenso del volumen de ingresos y el incremento importante de los costes y no tanto preocupa el número de visitantes. Hay una reducción importante de la rentabilidad empresarial y eso se está reflejando ya en los datos. El análisis hoy de la situación creo que pasa por ver como un sector tan importante, que aporta el 10,49 por ciento del PIB de la economía española, ha comenzado a deteriorarse.

¿Cómo se ha comportado el turismo español en España? Pues hay un menor consumo de demanda turística de los españoles. España es uno de los países que ha perdido más renta disponible dentro de la Unión Europea, lo que implica menos dinero para vacaciones, y si tenemos en cuenta que el turismo español representa en España el 50 por ciento de la demanda de turismo de sol y playa, imagínense el problema que tenemos. Todos los indicadores oficiales disponibles de momento indican que el consumo turístico de los españoles está ya señalando números rojos. ¿Cómo se ha comportado el turismo extranjero en nuestro país? Pues según Frontur, en el mes de julio llegaron a España un 8 por ciento menos de turistas que el año anterior. Si julio es el segundo mes en importancia de la llegada de visitantes, difícil es, en la situación económica actual en que nos movemos, que en los meses de agosto y septiembre recuperemos la notable caída del mes de julio.

Es preocupante, como decía, la evolución de los ingresos para España generados por el sector turístico. El ministro Sebastián nos decía la semana pasada en el Pleno que los gastos de los extranjeros que nos han visitado han crecido en julio en un 3,5 por ciento, y lo vendía como un éxito. Esto es según Egatur y hay que tener en cuenta que se computa el gasto del turista desde que sale de su casa en el país de origen hasta que regresa a la misma; por lo tanto, una parte importante de este gasto es el transporte, con lo que ha subido en estos últimos meses el precio del petróleo. A nosotros lo que

nos interesa es el gasto turístico que se ha efectuado en nuestro país, lo que ha quedado aquí, en España, y resulta que este ha caído en un 2 por ciento. Por tanto, creo que el ministro no debería maquillar las cifras de la temporada turística en el Pleno de la Cámara como hizo el otro día. Nuestros competidores en el Mediterráneo oriental, Turquía y Egipto, este año han crecido a ritmos de dos dígitos. España no puede competir en precios con nuestros más directos competidores del Mediterráneo. En España tenemos serios problemas de competitividad estructural y básicamente en el producto más importante que tenemos en nuestra oferta turística, que es el sol y playa. Si calculamos la evolución de la contribución del turismo al PIB nacional, vemos que la participación en el PIB ha vuelto a caer otro año consecutivo. Antes superaba el 11 por ciento, hoy es del 10,49 por ciento.

El sector aéreo está inmerso en una situación muy preocupante, una de las mayores crisis de la historia de la navegación aérea, según dijo el otro día el presidente de Asociación Española de Compañías Aéreas. Tanto en España —Spanair, Futura, Lagunair— como el extranjero, con quiebra de determinados turoperadores, se está cuestionando en cierta manera la capacidad del transporte aéreo y eso es letal para nuestro turismo. Ustedes tienen la obligación de intentar garantizar la movilidad, que se mantengan las líneas para que los turistas puedan venir a nuestro país o para que los turistas españoles puedan seguir moviéndose dentro de nuestro territorio.

El último punto que le quería mencionar respecto a la situación actual es sobre la estacionalidad. Cada vez la temporada turística se está acortando más, muchos establecimientos turísticos este año van a tener menos tiempo abierto. Eso tiene unas implicaciones muy directas sobre el empleo estable. Y frente a esto, frente a este análisis que hacemos desde el Partido Popular, usted se deja llevar por rentas de anteriores ejercicios y nosotros lo que le proponemos ya desde el Partido Popular son una serie de medidas. Una de ellas, la primera, sería que hay que acelerar las actuaciones del Plan 2020, pero acelerarlas de una manera importante, hay que darles un impulso político, hay que ponerse las pilas, hay que liderar la modernización del sector turístico y para eso hay que aportar cantidades importantes de dinero, de presupuesto, e inmediatez en las mismas. Creemos que esto es fundamental. Hay que mejorar la oferta, tenemos que mejorar los productos turísticos que ofrecemos. Son imprescindibles ayudas y colaboración en inversiones productivas. No basta con la cosmética financiera, señor Mesquida, es imprescindible un impulso decidido e importante del Gobierno que sirva de efecto, que contagie, que el mundo empresarial del sector servicios vea que el Gobierno se está tomando en serio intentar modernizar la estructura turística de nuestro país, que todo el conjunto del área turística en nuestro país se sienta respaldado. Hay que hacer algo para reducir las tasas aeroportuarias, es fundamental. Hay que intentar mantener las reuniones e incidir para que se reduzca el precio del combustible. Se incrementa el precio de barril y auto-

máticamente aumenta el precio de la gasolina, mientras que cuando baja el precio de barril no es automática la disminución sobre el precio del combustible. Hay que mejorar la competitividad de nuestras empresas turísticas y hay que poner en funcionamiento un plan estratégico para garantizar la movilidad en nuestro país. Es fundamental una coordinación institucional que sirva para impulsar medidas que aprovechen los recursos y las sinergias del conjunto de las administraciones en materia turística, para reorientar nuestro modelo productivo y el imprescindible consenso para impulsar una educación, una formación de más calidad y más útil al sector.

La oferta complementaria este año, todo lo relacionado con bares, cafeterías, restaurantes, chiringuitos, todo el comercio que está alrededor del mundo turístico lo ha pasado mal, las ventas se han reducido muchísimo, con lo cual se ha reducido la rentabilidad dentro de un sector importante de lo que representa el mundo turístico. Esa es la visión desde el Partido Popular. El resumen sería que el sector turístico no está para que lo entierren ni mucho menos, pero que en ningún caso se pueden tirar cohetes, ni para hacer triunfalismos comparativos con otros subsectores que justifiquen ninguna pérdida de atención por parte del Gobierno. Es preciso que el Gobierno del señor Zapatero, su Gobierno, le dé la máxima prioridad y presupuesto para que el sector turístico no termine desfondándose ante un otoño y sobre todo un 2009 que pinta muy, muy complicado. A partir de ahí yo tendría una batería de treinta o cuarenta preguntas, que se las dejaré por escrito para que en la medida de lo posible cuanto antes nos pueda dar una respuesta por escrito a las mismas.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene a continuación la palabra por el Grupo Parlamentario de Convengència i Unió la señora Riera.

La señora **RIERA I REÑÉ**: Bienvenido a esta Comisión, señor secretario de Estado, para fijar la líneas generales de su departamento, que nos ha expuesto ampliamente y que le agradecemos. Desde nuestro grupo parlamentario y en la actual situación económica, creemos que es más importante que nunca la decidida apuesta por un sector como el turístico, que entendemos es clave en términos de crecimiento de PIB y de ocupación. En un marco en que las tasas de crecimiento de entrada de turistas es menor, en que los turistas cada vez gastan menos y están menos días, es necesario poner nuevas bases para hacer del sector turístico un sector competitivo en una situación que hemos de reconocer es de fuerte y creciente competencia internacional con la entrada de nuevos destinos y de nuevas ofertas. Por ello entendemos desde nuestro grupo parlamentario que hemos de apostar claramente por la modernización de las infraestructuras, por la apertura de nuevos canales, por la mejora de la calidad y por encontrar nuevos nichos de mercado. Creemos que hemos de apostar por un sector que sea competitivo, que también sea innovador,

que sea más diversificado, tanto en oferta como en demanda, tanto en producto y servicio como en mercado y que apueste claramente también, y usted ha hecho referencia a ello, por la formación y por la calidad. En definitiva, el sector turístico ha de apostar también por la excelencia.

Desde nuestra perspectiva, por lo manifestado por el ministro en su comparecencia ante esta Comisión, el Plan Renove de modernización de instalaciones y equipamientos turísticos no debe quedarse estrictamente en hoteles, sino que ha de tener una visión más amplia y ha de llegar también a apartamentos turísticos, a cámpings, etcétera. Creemos en este sentido que en un momento de caída del sector de la construcción y de crisis del sector inmobiliario hemos de promover todos aquellos instrumentos que estimulen actividades que puedan compensar estas caídas, y la rehabilitación en este marco es básica. Las políticas orientadas a la rehabilitación han de servir para compensar las caídas del sector inmobiliario de la construcción. Insistimos en que la rehabilitación en el sector turístico ha de ser estimulada y ha de serlo también a través de medidas fiscales y financieras.

En esta intervención en nombre de nuestro grupo parlamentario, hechas estas consideraciones preliminares y sobre todo insistiendo en el marco del impulso de políticas de rehabilitación, quisiéramos señalar que para nosotros es muy importante y que nos preocupa el marco competencial y desde esta perspectiva nos referiremos a tres temas en concreto, en primer lugar, con relación al Estatuto y al cumplimiento del mandato previsto en su artículo 171. Como previene el Estatuto de Cataluña, la Generalitat debe participar en los órganos de administración de los paradores de turismo de España. Usted ha hecho referencia a los paradores, ha hablado de sus inversiones, pero no ha hablado de los aspectos competenciales, y quisiéramos saber, en relación con el cumplimiento estricto de cuanto está previsto en el Estatuto de Cataluña en su artículo 171, cómo piensa instrumentar esta participación y cuándo se acometerá esta previsión estatutaria.

En segundo lugar quisiéramos referirnos también a la participación económica del Estado en programas de inversiones de las comunidades autónomas. Correspondiendo a las comunidades autónomas las competencias en materia de turismo, en nuestra opinión creemos que debe potenciarse desde la secretaría de Estado la gestión de fondos y la participación económica en los programas autonómicos de impulso de inversiones de modernización, de diversificación también y de aumento de la calidad de los establecimientos turísticos. En este sentido quisiéramos preguntarle qué política de transferencias económicas a las comunidades autónomas prevé desarrollar su secretaría de Estado.

En tercer lugar y también en el marco competencial, quisiéramos referirnos a la reforma del sistema aeroportuario y a sus consecuencias en el turismo. Durante las últimas semanas los medios de comunicación han infor-

mado sobre la voluntad del Gobierno de proceder a privatizar parcialmente AENA, la empresa pública responsable de la gestión de los aeropuertos en España, en un contexto de amplia reforma del sistema aeroportuario. La privatización de AENA se ha planteado como una operación financiera que puede permitir rebajar la deuda del ente público sin que el Estado deje de mantener el control de la sociedad. Este debate, señor secretario de Estado, es especialmente importante, intenso y agudo en Cataluña, donde la sociedad civil y las instituciones públicas catalanas han reivindicado reiteradamente en primer lugar la desclasificación de los aeropuertos de Girona, Reus y Sabadell como aeropuertos de interés general y en segundo lugar el traspaso de la gestión del aeropuerto de El Prat a un consorcio con participación mayoritaria de las instituciones públicas y privadas catalanas. Señor secretario de Estado, usted conoce muy bien nuestra opinión al respecto, la descentralización del modelo aeroportuario debe contemplar en todo caso la desclasificación de los aeropuertos de Girona, Reus y Sabadell como aeropuertos de interés general y el traspaso de la gestión del aeropuerto de El Prat a un consorcio con participación mayoritaria de las instituciones públicas y privadas catalanas con el acuerdo de la Generalitat de Catalunya. Respecto a este tema quisiéramos conocer cuál es su opinión en relación con el proceso de reforma del modelo aeroportuario y sus competencias, si tendrá en cuenta el Gobierno la perspectiva turística en el modelo que proponga y si se atenderá la reivindicación de la sociedad civil y de las instituciones públicas catalanas. En la misma línea, recordando que Cataluña es la comunidad autónoma que más turistas recibe en el Estado y teniendo en cuenta también el peso económico y la actividad económica que representa, queríamos preguntarle qué medidas piensa impulsar el Gobierno para mejorar la situación de El Prat como aeropuerto con conexiones aéreas directas transoceánicas.

Por último, quisiéramos referirnos, señor secretario de Estado, a la dimensión turística de la Administración local. La actividad turística comporta la fuerte necesidad de infraestructuras y la prestación de servicios comunes o específicos a toda la población asistida, genera un gasto adicional que debe ser asumido en algunos supuestos por las comunidades autónomas y en la mayoría de los casos por los municipios, que no son compensados por el actual modelo de financiación. Los servicios específicamente turísticos, como la información, la promoción, la señalización y atención a los usuarios turísticos, el mantenimiento de recursos turísticos culturales, histórico-artísticos, naturales, ecológicos o medioambientales, las dotaciones suplementarias de policía y seguridad ciudadana y las actuaciones extraordinarias de limpieza viaria y mobiliario urbano exigen una financiación adicional y adecuada. Desde Convergència i Unió reclamamos también en este contexto una mayor atención a las necesidades de los municipios turísticos, una modificación de su tipificación y una mejor financiación para atender a las necesidades de estas administraciones

públicas. Desde esta perspectiva quisiéramos preguntarle, señor secretario de Estado, cuál será la política del Gobierno, y específicamente de su secretaría, en relación con los municipios turísticos.

Éstas son, para nuestro grupo parlamentario, las cuestiones de mayor interés con el objetivo de conseguir la competitividad, la calidad y la excelencia en un sector que ha de continuar siendo clave, especialmente en este momento económico, y sobre todo que en el marco de las competencias éstas sean respetadas.

El señor **PRESIDENTE:** Tiene la palabra por el Grupo Parlamentario de Esquerra Republicana-Izquierda Unida el señor Canet.

El señor **CANET I COMA:** Quiero dar también la bienvenida al secretario de Estado a esta Comisión. Hablar en tercer lugar después del secretario de Estado tiene el inconveniente de poder ser repetitivo o reiterativo. Intentaré no serlo, por lo tanto resumiré al máximo mi intervención porque algunas de las opiniones que pensaba reflejar acaban de ser plasmadas ya en anteriores intervenciones.

El turismo, pese a lo que ya se ha dicho, que compartimos, de la situación de crisis, de la pérdida de rentabilidad empresarial, de la competencia de destinos emergentes, probablemente sea el sector que en estos momentos, como decían los hoteleros de la Costa Brava, una marca que por cierto celebra estos días su centenario, no sucumbe a la crisis, pero teme la falta de inversión. En cualquier caso, hay conciencia en el sector de estar en crisis, pero también de que seguramente, y no es un consuelo, es un sector con potencialidades a condición de que, y en eso coincidimos con usted, señor secretario de Estado, se adopten medidas ambiciosas y dotadas económicamente de manera suficiente. Usted ha hablado del Plan Turismo 2020. Compartimos los criterios que allí se expresan de buscar la mejora de la competitividad, la sostenibilidad, la diversificación, disminuir la estacionalidad, apostar por la calidad de la formación, como ha insistido la portavoz de Convergència i Unió; en definitiva, compartimos los objetivos, pero podríamos discrepar en si la cantidad que se destina es suficiente. Usted ha hablado de cifras de turistas siempre referidas, es lógico, usted es el secretario de Estado del ministerio, a España. Yo le quisiera decir, y usted lo sabe perfectamente porque las cifras son precisamente del ministerio, que la realidad turística catalana, dentro de la realidad turística española, tiene sus especificidades incluso a nivel de cifras. Creo que la portavoz de Convergència i Unió ha hablado de que es la comunidad autónoma con más destinos turísticos considerados desde el punto de vista internacional, casi un 25 por ciento del total de llegadas al Estado español, en fin, cifras podríamos dar bastantes: el 20 por ciento respecto al gasto, en ocupación prácticamente también; por tanto, es evidente el elevado peso del turismo en Cataluña con respecto al del Estado. Eso me permite enlazar con la problemática que

le quisiera plantear, que se le puede llamar competencial o no, como usted quiera, yo preferiría llamarle equidad y respeto a la legalidad; equidad porque es evidente que los esfuerzos en las líneas de ayudas públicas deben ser valorados, y yo creo que hay comunidades autónomas, como es el caso de Cataluña, que lleva tiempo demostrando esfuerzos, imaginación, apuesta clara por este sector, y esto no se refleja demasiado en las líneas que pone en marcha su ministerio. Luego le preguntaré concretamente porcentajes.

El Estatuto de Cataluña, para bien o para mal —usted sabe que mi partido votó en contra por considerarlo insuficiente, pero evidentemente lo votó el pueblo de Cataluña, por lo tanto estamos defendiendo lo que allí se aprobó—, concretamente el artículo 171, del que se ha hecho mención, dice literalmente que corresponde a la Generalitat la competencia exclusiva en materia de turismo, así tal cual, y luego dice que en todo caso..., y hay una serie de matizaciones. Prácticamente de todo lo que se dice allí queda excluido un aspecto fundamental, que es el dinero, y la llave de la caja evidentemente está en buena parte en su secretaría de Estado o en su ministerio, y lógicamente entenderá por dónde va a ir la pregunta o la afirmación o nuestra toma de posición. Consideramos que los criterios en las líneas de ayuda que contempla el Plan Turismo 2020 deberían ser otros distintos a los que se están utilizando. Pensamos que no se prima lo que antes decía yo del esfuerzo y, por lo tanto, la situación no es muy equitativa. Por ejemplo, tomar como referencia el PIB turístico de Cataluña respecto al PIB turístico español, el gasto de los turistas, cualquier criterio que, aparte de objetivo, premiara esa apuesta que antes le decía por el sector turístico. No será tampoco malo que recuerde que en el artículo 171 se habla de la promoción del turismo como una de las competencias que en cualquier caso corresponden a la Generalitat, la ordenación y la planificación del sector turístico, la regulación y clasificación de las empresas, establecimientos, fijación de los criterios, regulación de las condiciones y ejecución y control de las líneas públicas de ayuda y de promoción del turismo. Lo que le decía, menos la llave de la caja el resto está. Por tanto, mi pregunta es cómo piensa usted hacer efectiva esta realidad, o si usted considera que ya se está haciendo de este modo.

Ha habido alguna referencia a aspectos aeroportuarios y tampoco quería dejar de matizar, más que matizar, insistir en la importancia del modelo, porque, por ejemplo, en uno de los aeropuertos que, a nuestro juicio, deben desclasificarse, el de Girona-Costa Brava, curiosamente el 90 por ciento de su actividad es precisamente turística. Por tanto, nuestro criterio es que deberían territorializarse las ayudas que el ministerio pone en marcha, teniendo en cuenta algunos de los criterios que le he mencionado u otros que puedan servir también para esa equidad y justicia del sistema que antes comentábamos. Por tanto, le concreto: ¿qué porcentaje de esas ayudas que prevé el Plan Turismo 2020 en el 2008 han

ido a parar a Cataluña, para que sean, como dice el Estatuto, controladas por la Generalitat? ¿Qué previsiones se están haciendo en porcentajes respecto al total destinado en 2009?

Quiero hacer referencia a dos cuestiones que tampoco son secundarias y a las que ha aludido la portavoz de Convergència. En cuanto a Paradores, creo que también está muy claro lo que dice el Estatuto, y le pregunto por tanto si se está cumpliendo; y si no se está cumpliendo, si cree que se acabará cumpliendo, o qué medidas va a tomar para que esto sea así. Literalmente se dice que la Generalitat participa en los términos que establezca la legislación estatal en los órganos de administración de Paradores de Turismo de España. Por tanto, la pregunta también es muy concreta. En cuanto a la financiación de los municipios turísticos, tal como ha comentado también anteriormente la portavoz, estamos de acuerdo en que hay que mejorarlos, sobre todo a partir de un cambio en la tipificación. O sea, hoy se exige mucho para ser considerado municipio turístico y, por tanto, tener derecho a determinadas ayudas suplementarias para poder prestar mejores servicios, es decir, el listón está muy alto. Por tanto, le pido su colaboración ante la próxima discusión de una proposición no de ley en la Comisión de Administraciones Públicas, no en ésta, que ha presentado mi grupo, en la que se pide precisamente la modificación de la legislación para que el concepto de municipio turístico sea otro; le pido que sea sensible a estas necesidades que al menos desde dos grupos ya le estamos manifestando, para que la legislación pueda cambiar.

En resumen, pues, espero que me pueda contestar a las preguntas que le he formulado; sobre todo, su valoración global del cumplimiento competencial de lo que establece el Estatuto y si podemos esperar razonablemente que esas ayudas que usted ha concretado en 88 millones de euros para el 2008 del Plan Turismo 2020 se vayan a incrementar en el futuro inmediato.

El señor **PRESIDENTE**: Tiene la palabra por el Grupo Parlamentario Socialista el señor Larrosa.

El señor **LARROSA PIQUÉ**: Señor secretario de Estado, como no podía ser de otra forma, bienvenido a esta Cámara y muchas felicidades por su nombramiento, que ha venido ejerciendo ya desde hace bastante meses y efectivamente con un éxito ya demostrado. Pero vamos a centrarnos en varias de las reflexiones que el Grupo Parlamentario Socialista quiere poner hoy en valor en esta Comisión y también voy a contestar o a hacer algunas referencias sobre las intervenciones que me han precedido.

Como dice el señor Canet, hablar en cuarto lugar también tiene sus ventajas y sus inconvenientes. No porque coincida precisamente con lo que se ha dicho, pero sí que vamos a hablar de lo mismo pero de otra forma. Yo ya se lo dije a la portavoz del Grupo Popular un día que comíamos agradablemente, no voy a entrar a

discutir sobre los datos, porque los datos siempre son en función del ojo con que uno se los mira; se pueden planear los datos de una forma y se obvian otros que a lo mejor son positivos y buenos que también hay que poner y contextualizar cuando uno hace su intervención. En relación con Egatur, pues los datos son los que son y además ya lleva unos cuantos años y, por tanto, uno tiene que mirar las series y no tanto el dato puntual que pueda salir en un momento. En cuanto a la situación de las compañías aéreas, en algún caso habrá que justificarlo por la tendencia del propio mercado. Estamos ante un cliente más sabio, un cliente que precisamente trabaja *on line*, y las compañías que están teniendo problemas especialmente son aquellas que están trabajando bajo el modelo *charter*, que seguro que el señor secretario de Estado nos facilitará precisamente cómo es un volumen de negocios que cada vez más va a menos a favor del cliente independiente y otro modelo de compañías de viaje. Yo no querría hacer la broma, pero cuando usted pide al señor secretario de Estado que garantice las líneas o los flujos en base a los movimientos aéreos, me ha parecido entender, supongo que no estará pretendiendo que tengamos que invertir en Alitalia o en Iberia, que se ha demostrado esta semana que tienen determinados problemas. Pero dicho esto, es verdad que tenemos que hacer algunas reflexiones. Estamos de acuerdo con que el sistema turístico español tiene grandes retos por delante y por ello debemos avanzar en innovar en nuestra inteligencia turística, debemos ser capaces de alinear recursos y esfuerzos para poder conocer mejor el presente y prever el futuro.

Una segunda reflexión, coincidimos con usted en que debemos mejorar también aquellas herramientas de planificación turística y participar con los responsables de la ordenación urbanística del territorio al objeto de adaptar nuestros destinos a las necesidades de nuestros turistas. Pero no solo debemos avanzar en el diseño, desarrollo y comercialización de los productos turísticos y de los destinos, deberemos además adecuar los sistemas de gestión y comercialización de las empresas turísticas a las necesidades del nuevo entorno. Debemos mejorar su presencia en los mercados, especialmente en los lejanos y los emergentes, y en los segmentos de mayor valor de los mercados ya consolidados. Debemos ser excelentes también en las estrategias de retención y de fidelización de la demanda actual y romper la fuerte estacionalidad de los flujos turísticos. Y muy importante, debemos trabajar para adaptar el modelo de gestión de recursos humanos para atraer y retener el talento, como apuntaba el señor secretario de Estado, y contribuir a la mejora del entorno competitivo. Usted ha dicho, y yo lo repito, que estamos ante un sector que sabe reinventarse, un sector cambiante, que además es capaz de reinventarse, y contamos con una Administración General del Estado que es capaz de ver más allá del día a día, que piensa, inventa, innova, crea y colidera el sector turístico español. Para mantener esa posición de liderazgo es importante prever situaciones y disponer de

la información que favorezca la toma de decisiones. El Gobierno dispone de herramientas ya en marcha en el Instituto de Estudios Turísticos, que ha venido ejerciendo un trabajo extraordinario de análisis sobre los datos estadísticos del sector. El secretario de Estado nos ha informado de la puesta en marcha de un proyecto en red de investigación y de análisis sobre el sector turístico, y también nos ha informado de la reciente firma de un convenio con el Consejo Superior de Cámaras. Por lo tanto, avanzamos en esta línea precisamente en cuanto a la necesidad de conocimiento y especialmente a la transferencia de ese conocimiento hacia el sector privado.

Cuando antes me refería a que debemos mejorar las herramientas de planificación y trabajar conjuntamente con los responsables de la ordenación del territorio, es porque debemos defender el espacio turístico como un espacio de convivencia, de integración, de sostenibilidad y de equilibrio. Así, los nuevos modelos de desarrollo turísticos deben basarse en la planificación territorial mediante una mejor gestión y programas de actuación sostenible y la creación de nuevos productos de alto valor añadido. Tenemos la oportunidad de hacer historia y vamos a estar con usted, señor secretario de Estado, y con todo su equipo en los proyectos extraordinarios de modernización integral de destinos turísticos maduros. Conocemos el estado y la situación del proyecto de Bahía de Palma, y además le felicitamos por la elección de la persona que va a coordinar todos los esfuerzos para que el proyecto arranque definitivamente. Pero habrá que mirar hacia otros destinos que son también referente mundial y que precisan de actuaciones decididas. Adicionalmente usted nos ha hecho referencia a San Bartolomé de Tirajana, en Gran Canaria, y a la Costa del Sol, y yo, señor secretario de Estado, añadiría que hay que pensar también, por ejemplo, en un destino al que se ha hecho referencia en esta sala, como es la Costa Brava, que precisamente estos días está celebrando el centenario de su marca turística, que es un referente mundial y otro de los destinos que posiblemente tendremos que ayudar a reinventar.

Hay que reconocer, señor secretario de Estado, que usted y su equipo trabaja mucho y bien. Han sabido darle impulso a las políticas de transformación de los destinos que se venían haciendo, como los Fomit, y generar nuevas sinergias, como la nueva orientación de los planes de competitividad y el Plan Actualiza. Cuando antes apuntaba que estamos ante un sector dinámico, los mercados son dinámicos, por lo tanto debemos hacer importantes esfuerzos para, primero, trabajar con los destinos y las empresas para revolucionar constantemente la comercialización, especialmente mediante la aplicación de las nuevas tecnologías como canal preferente para llegar a un cliente cada vez más exigente, como hacía referencia al principio. Usted nos habla del nuevo portal *spain.info*, del CRM. También debemos apoyar iniciativas como la que usted nos ha presentado, el Privilege, que persiguen mejorar nuestra posición en

aquellos mercados consolidados, contribuyendo también a la desestacionalización, a la que hacía referencia precisamente la portavoz del Grupo Popular, permitiendo una mayor extensión del fenómeno turístico y muy especialmente atrayendo nuevos clientes, algunos con un potencial de gasto más elevado, que debe contribuir a la rentabilidad de nuestras empresas. En mi tierra, como en otras partes, y supongo que en mallorquín se debe decir de la misma forma, no podemos poner todos los huevos en el mismo cesto. Tenemos que hacer un esfuerzo y seguir adoptando las mejores políticas de marketing integral para la promoción y la comercialización internacional del sistema turístico español que, desde mi punto de vista, va a requerir mejorar la política de visados, impulsar la remodelación de la red de oficinas españolas de turismo, no necesariamente ampliándola atendiendo a las circunstancias actuales, pero sí dotando a todas las oficinas de la red de los mejores medios para convertirlas en verdaderos centros de negocio del sector turístico español, y desarrollar nuevas oportunidades turísticas alrededor de las nuevas infraestructuras de comunicación, aeropuertos regionales especialmente, puertos, estaciones de alta velocidad, etcétera.

Por otro lado, usted ya lo conoce, nuestro grupo parlamentario defiende la cooperación público-privada para mantener la competitividad del sector turístico; por ello, le animamos a que siga en el camino que ya se ha abierto: seguir trabajando con las organizaciones empresariales y los agentes sociales un mejor entorno de calidad del empleo para todas las personas. Bienvenida sea la iniciativa del Foro de formación y empleo, que además es un claro ejemplo de coordinación interministerial en beneficio de un sector como el turístico. Entre todos debemos reimaginar un modelo de gestión de recursos humanos del sector que refuerce las carreras profesionales e incremente el valor de la formación. Calidad en el empleo sí, pero calidad también en todos los procesos. Debemos aportar una nueva dimensión a la implantación de la calidad en los servicios y empresas turísticas, potenciando la implicación e interacción del consumidor con el prestador del producto servicio turístico. Debemos, pues, orientar, como ustedes vienen haciendo, nuestra actuación hacia el cliente.

Para terminar, si me permite el señor presidente, quiero hacer una especial mención, primero, al impulso que merece el turismo para todos, genéricamente hablando, para los mayores como para los jóvenes, mediante la construcción de experiencias, el contraste de culturas y la defensa de los valores naturales, simplemente pensando en clave de internacionalización también de estos segmentos. Hoy hemos conocido un poco más determinados proyectos que van en esta línea. Y en segundo lugar, deberemos avanzar en la protección de los usuarios turísticos, lo hemos dicho en otras ocasiones. Tenemos que rediseñar las reglas de juego que permiten al cliente conocer y reconocer al producto turístico y sus garantías, y se encuentre donde se

encuentre, mediante la mejora de la información y de la difusión de servicios, facilitando la colaboración entre las asociaciones de consumidores, los organismos turísticos y el sector empresarial. No quiero terminar sin hacer referencia a la intervención de la portavoz del Grupo Catalán de Convergència i Unió, señora Riera, en el sentido de que hay que dejar que los gobiernos negocien. En ese sentido ya se han presentado diversas iniciativas en el Pleno que han tenido su resultado en sus votaciones, y precisamente lo que pido es que tanto el Gobierno de la Generalitat como el Gobierno del Estado negocien para este nuevo modelo que se pretende de la gestión de los aeropuertos. Señor secretario de Estado, como dijimos al señor ministro el día que compareció, estamos convencidos de que con su equipo, con el resto de las administraciones públicas, con el sector privado y con los agentes sociales vamos a ser capaces de reimaginar el turismo de España y mantener así nuestra posición de liderazgo en los mercados internacionales.

El señor **PRESIDENTE**: Para contestar todas las cuestiones planteadas, tiene la palabra el señor secretario de Estado de Turismo, señor Mesquida.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO** (Mesquida Ferrando): Voy a intentar responder a todas las cuestiones que se han planteado, igual alguna no tendrá contestación por cuestiones básicamente competenciales de la secretaría de Estado.

En primer lugar, quiero agradecer a la señora Salom su felicitación, sus deseos de éxito y el tono de su intervención. Creo que mi explicación ha sido extensa y quizá con mayor profundidad que la exposición que hizo el ministro por motivos obvios. Él tuvo que entrar a desgarnar la política industrial, la política comercial. Yo creo que hemos hecho una explicación extensa de los proyectos en los que estamos trabajando. Hay un compromiso del Gobierno muy potente en materia turística, pero no es un compromiso que venga de ahora. Decía la señora Salom que teníamos que ponernos las pilas. Yo creo que el Gobierno de España ha demostrado, porque contra hechos no valen razones, que sí sabe ponerse las pilas en materia de turismo. En una legislatura, en la pasada, el presupuesto de Turespaña y de la Secretaría General de Turismo pasó de 137 millones de euros a 372 millones de euros, esto es un crecimiento del 170 por ciento. El número de turistas aumentó de 52 a 59 en una legislatura, un 13 por ciento; el gasto turístico, un 14 por ciento, y el empleo en la industria turística un 19 por ciento. Yo creo que el Gobierno demostró en la pasada legislatura que el turismo es una prioridad. En esta legislatura, con la creación de la secretaría de Estado, pone de manifiesto un paso más en esta imagen de compromiso potente con el sector turístico.

Planteaba si el ministro pelearía el tema presupuestario. Yo he sido miembro de un gobierno, quizá desgraciadamente he sido consejero de Hacienda, por tanto todo el mundo peleándose contra mí, pero le puedo

asegurar que todos los ministros pelean, cuando hay un gobierno de coalición o de partido único, de la misma forma. Lo ha dicho el ministro Solbes muchas veces, el Gobierno es una coalición de todos contra el ministro de Economía. Le puedo asegurar que el ministro y el secretario de Estado de Turismo están peleando un escenario presupuestario para el año que viene que no se les oculta que va a ser muy complicado. Hay una rebaja importante en los ingresos del Estado, que obviamente también tendrá su traslación a los presupuestos de las comunidades autónomas y a los presupuestos de los ayuntamientos; por tanto, van a ser presupuestos muy complicados. No tenga la más mínima duda de que pelearemos, otra cosa es el resultado final; pero, en cualquier caso, por interés en obtener unos buenos presupuestos no quedará.

Decía la señora diputada que había hecho triunfalismo y autocomplacencia. Yo creo que no, incluso lo he dicho, yo no hago ni triunfalismos ni autocomplacencias; es más, he puesto como ejemplo algún reproche que se me ha hecho por parte de más de una asociación de que quizá yo estaba transmitiendo una imagen excesivamente pesimista de la situación. Uno será más o menos agradecido en la forma que tiene de sonreír o de estar más serio; en cualquier caso, yo lo que pretendido trasladar siempre ha sido una imagen de realismo. Ha manifestado que obviamente esta situación de triunfalismo el PP no la comparte. Cuando yo he dicho en algunas ocasiones que el turismo resistía mejor que otros sectores la situación de deterioro económico que estamos viviendo, no estaba sino haciéndome eco de la información y de las opiniones que ha venido dando reiteradamente el sector. Permanentemente la información que ha ido surgiendo de los diferentes sectores ha sido esta. Decía el presidente de la Federación Internacional de Turoperadores el 24 de junio que España será el país que menos notará la crisis económica en su sector turístico, ya que es un destino muy importante y las reservas turísticas hacia España se mantienen estables, y confiaba en que este año se lograría mantener al mismo nivel que el año 2007. En junio del 2008 los hoteleros decían que la mayor parte de los hoteleros esperaban que la inminente temporada fuera similar a la del año pasado. Decía el presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos: Nosotros no estamos en crisis porque somos un sector financieramente fuerte, maduro y que no ha sufrido como otros sectores desde el inicio de la desaceleración hasta el momento. Las agencias de viajes decían a finales de junio que la crisis no afectaría al sector, y decía el que era miembro de la federación, en su momento presidente: El sector turístico no se verá afectado por la crisis, pero crecerá menos este año con la caída de un punto en la contratación. Apuntó: El sector turístico aguanta mejor, resiste mejor situaciones económicas adversas, ya que el ciudadano se resiste a privarse de unas vacaciones. El 1 de julio el sector turístico de la Costa Blanca preveía una buena campaña de verano, similar a 2007, pese a la incertidumbre económica. El 30 de julio la Asociación

Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, Gomera y Hierro decía: Las previsiones que tenemos para el 2008 son buenas a pesar de la crisis y del descenso del turismo español. El 14 de agosto, ya mediada la temporada, los empresarios turísticos andaluces destacan: La ocupación hotelera, excelente este verano pese al descenso en restauración. Destacó la excelente ocupación de los hoteles andaluces, aunque reconoció que se está registrando una bajada del negocio en otras áreas de servicio. Decía que la ocupación hotelera está siendo similar a la de los últimos años, la habitual en estas fechas. En la Costa Dorada, 2 de septiembre de 2008, la Asociación Hotelera Salou, Cambrils decía que está satisfecha con las cifras de ocupación y que las califica de buenas. El 15 de septiembre, prácticamente anteayer, el informe hecho público por la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos decía que la ocupación hotelera en España, a falta de computar el mes de septiembre, ponía de manifiesto, en opinión de los representantes, que estamos en niveles razonablemente positivos tras dos años récord en ocupación y en número de visitantes, y teniendo en cuenta que se produce en la actual coyuntura económica que atraviesan los principales mercados emisores. A juicio de la confederación, dichos porcentajes de ocupación reafirman la fortaleza de la oferta turística española y demuestran que el turismo sigue siendo uno de los principales motores de la economía. Decía el presidente de la CEAT: El 2008 debe ser considerado como positivo si se tiene en cuenta que en 2007 se batió un récord histórico. Decía también un representante de la Federación Española de Hostelería, de la FEHR, de bares, restaurantes y cafeterías, José Luis Guerra, adjunto a la presidencia, decía textualmente el 8 de septiembre: La federación sostiene que pese a la caída del negocio el sector sigue mostrando fortaleza, ya que su actividad este año está representando el 94 ó 95 por ciento de la del 2007, ejercicio que fue bastante bueno para la hostelería; aunque con respecto al año pasado estamos por debajo, la valoración de año y de las vacaciones es alta pese a la crisis. Sector de bares, cafeterías y restaurantes. Sector de las agencias de viajes. El 10 de septiembre, hace siete días, el presidente de la Federación de Asociaciones de Agencias de Viajes vaticina unos resultados similares a los del ejercicio anterior, con un moderado optimismo. Sector de los cruceros 8 de septiembre, los cruceros no se han resentido y el alquiler de apartamentos en vacaciones tampoco. La firma italiana MSC Cruceros ha incrementado en un 12 por ciento el número de pasajeros. En cualquier caso, son algunos ejemplos de que la opinión, los datos y la valoración que yo he hecho de los mismos coinciden plenamente con las opiniones que han manifestado los representantes del sector. Yo me reúno permanentemente con ellos, tengo contacto de forma periódica, no solo yo mismo sino mi equipo, el director general de Turespaña, que nos acompaña; por tanto, tenemos permanentemente información y ésta es la valoración.

Decía la señora diputada que estábamos perdiendo mucha cuota de mercado y competitividad con respecto a otros destinos. Yo creo que eso realmente no es así. Ponía un ejemplo, citaba casos de Turquía y Egipto que habían crecido a nivel de dos dígitos. Cuando uno está en un nivel de 59 millones de visitantes es muy difícil crecer a niveles de dos dígitos, prácticamente imposible. **(La señora Salom Coll: Yo no he dicho eso.)** No, lo digo yo. Cuando uno está en los inicios, no es el caso de Turquía y Egipto, que ya llevan algunos años, pero en comparación con España están en los inicios, uno puede crecer. En cualquier caso, el principal país receptor de turismo extranjero, que es Francia, está en estos momentos con unas cifras aproximadas de una caída del 5 por ciento. Por tanto, no estamos perdiendo competitividad, mantenemos una cuota de mercado sin duda muy importante; recibir 16,3 millones de británicos de enero a julio de 2007, un 0,5 por ciento más, recibir 10 millones de alemanes y 9 millones de franceses, yo creo que no es perder competitividad, y además nadie avalará esta idea en el sector, todo lo contrario. Una de las ventajas que tenemos es que en España el sector, que es un sector sólido, maduro, madurez vista desde el punto de vista de la experiencia, como decía algún diputado creo que del Grupo Socialista, el señor Larrosa, decía: sabemos ver más allá de una temporada turística, y esto es la gran ventaja. Aquí sabemos adelantarnos y tenemos el gran instrumento que es el Plan Horizonte 2020; por tanto, no tenemos que improvisar qué es lo que hay que hacer, más allá de algunas actuaciones puntuales o coyunturales. Lo que hay que hacer lo hemos decidido entre todos, comunidades autónomas de distinto signo político, Administración del Estado y sector privado, tenemos el gran instrumento que es el que ahora mismo hay que aplicar. Por tanto, no debemos desviarnos de esta guía o de esta auténtica hoja de ruta.

Yo no comparto una cifra que ha dado la señora diputada. Hablaba de un descenso de ingresos por turismo, hacía referencia a Egatur. Yo he manifestado cuando he presentado cifras de Egatur que hay que tener en cuenta que Egatur recoge el gasto turístico total; por tanto, los gastos de transporte, por ejemplo, realizados en el país de origen se computan también como gasto turístico. Es decir, que posiblemente sea de las primeras personas, no estoy muy seguro, no sé si en la época en que el señor Larrosa era director general hacían esta matización, yo sí la hago. Pero también hay otra cifra, que si no le gusta la de Egatur porque entiende que el cómputo de los gastos en origen puede desvirtuar el gasto..., que es la de ingresos turísticos del Banco de España, y ahí tengo que decirle que su percepción no es adecuada, es errónea. Los ingresos por turismo de enero a junio fueron de 18.433 millones de euros, un 2,7 por ciento más que en el mismo periodo del año 2007. Por tanto, las cifras de ingresos por turismo en este periodo, insisto, de enero a junio, son cifras positivas. Ha comentado también en algún momento de su intervención la necesidad de un incremento presupuestario. Obviamente, nuestro obje-

tivo es obtener el mejor presupuesto posible dentro de un marco complicado y de austeridad en el que se va a mover el presupuesto el año que viene. Entrar a contemplar una hipótesis de prórroga de los presupuestos, le puedo asegurar que para mí sería absolutamente negativo. Por tanto, siempre contemplamos las peores hipótesis, pero le puedo asegurar que ésta no la contemplamos.

Por otro lado, hablaba de tasas aeroportuarias. Yo conozco relativamente este tema por mi época de consejero de Hacienda. Usted sabe mejor que nadie quién aprobó la tasa de aproximación de aeronaves, la tasa que grava aquellas operaciones aéreas de aterrizaje y de despegue. La creó el Gobierno del Partido Popular, una tasa importantísima dentro del conjunto de tasas, posiblemente la más importante. Usted sabe también qué Gobierno creó la tasa de seguridad aeroportuaria, la creó el Gobierno del Partido Popular. Si usted analiza los incrementos en las tasas aeroportuarias, se encontrará en los años 2001 y 2002 con incrementos cercanos al 10 por ciento. Claro, hablar ahora de una situación de bajada de tasas... Cuando sucedieron los atentados del 11 de septiembre, y es un ejercicio interesante analizar los informes de previsión de las compañías aéreas, con aviones que dejaban de volar, con frecuencias anuladas, con pedidos de aeronaves, con despidos, la verdad es que era un panorama demoledor, pues se planteó nuevamente el hecho de bajada de tasas aeroportuarias, que es recurrente por parte de la patronal, y no hubo ninguna tasa que bajara. Por tanto, decir ahora que tienen que bajar las tasas cuando uno ha tenido oportunidad de bajarlas y no lo ha hecho, creo que no es lo adecuado.

Estoy totalmente de acuerdo, también ha habido otros diputados que se han referido a este tema, en la preocupación del sector aéreo. En esta situación que estamos viviendo seguramente alguna compañía de las que hemos visto, Futura en primer lugar, tendrá dificultades. ¿Usted sabe cuántas compañías aéreas tienen licencia en España para operar en tráfico de pasajeros? 64 compañías. Ahora, desde las competencias que yo tengo, que en este ámbito son relativamente pocas, nosotros nos mantenemos en contacto con el sector aéreo; es un sector estratégico para el turismo y, obviamente, todo lo que podamos hacer para asegurar una correcta planificación de las rutas y de las frecuencias, lo vamos a hacer. En cualquier caso, son decisiones empresariales. Le puedo asegurar que he mantenido contactos con representantes, directivos de la compañía Futura y la solución es tremendamente complicada. Si usted conoce, por su procedencia de Baleares, la situación, sabe que ahí el margen de maniobra es prácticamente nulo. En cualquier caso, comparto esta preocupación.

En lo que se refiere a la intervención de la señora Riera de *Convergència i Unió* también he de agradecerle sus palabras de deseo de éxito. Yo creo que el Gobierno está mostrando una apuesta importante por el sector turístico y comparto su diagnóstico de las actuaciones que hay que llevar a cabo a futuro de modernización de

infraestructuras, de nuevos canales de comercialización, de apostar por la calidad, por la formación, por la excelencia. En definitiva, son aspectos claves dentro del Plan 2020, que estamos desarrollando y con el que vamos a seguir. Me comentaba que el Plan Renove no debe quedarse en hoteles. Quizá no me he expresado bien, pero con la idea del Plan Renove lo que pretendemos es que sea amplio y que beneficie a todo el sector turístico. Por tanto, no lo queremos circunscribir al Plan Renove. En relación con el Estatuto de Cataluña y la participación en Paradores, está contemplado no solo en el Estatuto de Cataluña, sino también en el de Aragón y en el de Andalucía. Se están haciendo estudios para ver la forma de participación. Obviamente el Estatuto está para cumplirse, y se va a cumplir. Este Gobierno está desarrollando una participación, que a unos les gustará más y a otros menos, en la gestión de determinados aeropuertos. El hecho de haber pasado algunos años de vida política en distintos puestos me hace no solo tener una cierta memoria en determinados temas, sino también haber sido actor en diversas reivindicaciones. Recuerdo una reunión que mantuve con el ministro de Fomento —en su momento se llamaba de Obras Públicas—, el señor Álvarez-Cascos. Yo le planteé la necesidad de una participación en la gestión aeroportuaria, y sus palabras textuales —es una conversación que obviamente no está recogida; acuérdesse que había un modelo doble, una consultora había hecho un estudio que era navegación aérea y gestión comercial de aeropuertos, desdoblado estas dos vías— fueron: Por encima de mi cadáver; esto no se va a hacer nunca. Por tanto, se cerraba la puerta, y es este Gobierno el que está avanzando en una cogestión aeroportuaria, que obviamente yo comparto. Yo en su momento fui partidario porque creo que es un modelo adecuado: una coparticipación no solo de las comunidades autónomas, sino también de sectores empresariales en un instrumento estratégico como son los aeropuertos. Así le habla una persona que proviene de un territorio insular; el turismo en Baleares aproximadamente es más del 60 por ciento del producto interior bruto, y más del 95 por ciento, yo creo que más, el 96 o el 97, de los turistas que visitan Baleares lo hace por vía aérea. Imagínese si son estratégicos los aeropuertos en este caso. Planteaba la señora Riera un tema de municipios turísticos y de financiación. No me compete entrar en este tema. También conozco la problemática porque durante nueve años fui director económico de uno de los principales municipios turísticos que hay en España, que es el Ayuntamiento de Calviá, por tanto conozco muy bien la problemática. Los municipios turísticos ejercen y desarrollan determinados servicios de los que no tienen competencia, pero lo hacen como un servicio más, y esto sin duda genera unos gastos. Obviamente mi deseo es que dentro del marco de negociación de financiación pueda tenerse un apartado especial para los municipios turísticos. En cualquier caso, no es de mi competencia y por tanto no me corresponde opinar. Sobre la participación en Paradores, como decía, estamos haciendo los

estudios pertinentes para ver la forma más adecuada o, mejor dicho, que armonice correctamente una gestión compartida con la unidad de marca y una cierta unidad de mercado. No le puedo poner un plazo a cuándo vamos a tenerlo ultimado, pero estamos trabajando en esta dirección.

Al señor Canet casi le reiteraría lo que he citado de opiniones del sector ante la conciencia de que el turismo está en crisis. A fecha de hoy la opinión que se ha dado es esta. Además tampoco tenemos que perder mucho tiempo en si es una buena o mala temporada, si estamos mejor o no; esto no nos tiene que desviar de lo que hay que hacer. En definitiva, nosotros hemos visto una situación de deterioro de la economía, es evidente, y estamos trabajando en todo lo que nos compete para llevar a cabo actuaciones de potenciación y de refuerzo en los ámbitos de promoción y en otros de desarrollo del Plan 2020. Le voy a hacer una reflexión breve de carácter político sobre lo que usted ha planteado en materia competencial. Yo he sido miembro de un gobierno autonómico, soy un convencido de la España de las autonomías; posiblemente usted no, por su adscripción política es partidario de ir mucho más allá. Por tanto, la perspectiva competencial en materia de Estado y autonómica pueda variar. Usted comentaba: el Estatut dice que se mantiene una competencia exclusiva en materia de turismo. Hay competencias que están residenciadas en la Administración del Estado. Lo que le puedo contestar es lo que le dije al consejero de Turismo de la Generalitat de Cataluña en una reunión: En todos los proyectos que estamos desarrollando estamos haciendo un análisis competencial de si nos corresponde o no, y antes de aplicarlo también vamos a hacer este análisis competencial, porque jamás va estar en la voluntad de este secretario de Estado que le habla invadir competencias de ninguna comunidad autónoma, sino todo lo contrario: total respeto a las competencias que mantienen las diferentes comunidades autónomas. Es verdad que puede haber algún tema que pueda ser discutible. Obviamente se tiene la vía contenciosa para analizar si estamos ante una invasión de competencias o no. Reitero lo mismo en cuanto a los aeropuertos. Le compete al Ministerio de Fomento avanzar en esta fórmula de participación de las comunidades autónomas. En lo que he comentado del sistema de gestión de Paradores, así como acerca de los municipios turísticos reitero lo dicho.

En relación con la intervención del diputado señor Larrosa del Grupo Parlamentario Socialista, si me lo permite, humildemente he de decirle que ha hecho una brillante intervención, pero usted jugaba con ventaja. El hecho de haber pasado por la Secretaría General de Turismo, en su momento, le hace conocedor de la situación. Yo he seguido su intervención con mucho interés. Agradezco también sus palabras de felicitación y deseo de éxitos. Comentaba usted un tema que me han planteado en otras ocasiones: otros destinos que puedan ser considerados piloto en estos proyectos de recualificación integral. El Plan 2020 identificó estos destinos, no es una

lista cerrada. Son proyectos que no le oculto que tienen una complejidad importante; son proyectos pioneros en el mundo; no hay parangón. Por ejemplo, el de playa de Palma pretende una recualificación integral de un destino, analizando todos los parámetros estratégicos a futuro; digo que no hay parangón porque estamos hablando de una zona turística que básicamente puede reunir unas 40.000 plazas hoteleras con residentes y además en plena actividad económica. Por tanto, no estamos hablando del diseño de un *resort* en una zona caribeña donde no hay nada y evidentemente es muy fácil planificar; por eso tiene una gran complicación. Lo que pretendemos con estos planes piloto es precisamente avanzar en experiencias que puedan ser aprovechadas por otros destinos, porque sin duda hay otros destinos en España que tienen un problema de obsolescencia o de madurez de su oferta.

Ha planteado otro tema que para mí es sensible, que es el de los visados. Yo no tengo un problema de esquizofrenia; básicamente en todos los temas siempre defiendo lo mismo. Es verdad que alguien me puede convencer de que estoy equivocado. En cualquier caso, en mi época de responsable de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado nosotros teníamos un problema de inmigración ilegal, por eso era muy importante que a través de unos viajes supuestamente turísticos no se pudiera camuflar inmigración ilegal. Recuerdo, cuando sucedió un incidente con Brasil, que yo manifesté en aquel momento que Brasil no tenía un problema de turistas españoles que iban a Brasil y se quedaban a trabajar; en cambio España sí tenía un problema de turistas brasileños que venían y se quedaban a trabajar. Por tanto, yo reconozco la dificultad del problema; es decir, tienen que existir mecanismos de filtro para que eviten que a través de falsos turistas puedan entrar en España inmigrantes ilegales, pero a la vez entiendo que se tiene que tener los medios suficientes para que aquellos turistas que quieran venir a España, y sean realmente turistas, puedan hacerlo con facilidad. Estamos muy en contacto con el Ministerio de Asuntos Exteriores, lo expusimos en la permanente de la comisión interministerial, lo he planteado en encuentros que he mantenido con el secretario de Estado del Ministerio de Asuntos Exteriores y también con el ministro de Asuntos Exteriores. Estamos concentrando los esfuerzos en tres destinos que yo creo que son muy importantes: Rusia, Ucrania y China. En el caso de Rusia, la evolución en lo que podrían ser los meses de este año es positiva; yo no estoy satisfecho, pero es evolución positiva. Hasta agosto de 2008 se habían emitido 265.000 visados y hasta agosto de 2007, el año pasado, 235.000, es decir que en lo que llevamos de año se han emitido 29.000 visados más, el 12 por ciento, que en el mismo periodo del año pasado. En estos cinco años habremos aumentado un cien por cien el número de visados emitidos desde Rusia. Digo que no estoy satisfecho. Yo creo que tenemos que conseguir marcarnos un objetivo: que para un ciudadano que quiera visitar España desde el momento que solicita

el visado hasta que se le concede pase un máximo de tres días; yo creo que este es el objetivo. Yo me voy a Rusia, voy a estar en Moscú pasado mañana, por tanto vamos a mantener reuniones allí. Como digo, es un tema que compete al Ministerio de Asuntos Exteriores, a las diversas oficinas consulares, pero en cualquier caso desde la Secretaría de Estado de Turismo vamos a hacer todos los esfuerzos posibles para apoyarlo en la medida de nuestras posibilidades y resolver el tema de los visados.

En cuanto a las oficinas de turismo en el exterior se ha comentado que ya se ha seleccionado la persona que va a dirigir la oficina de Bombay; tenemos en marcha también todo el proceso normativo necesario para una apertura en la República Checa; estamos trabajando con el director general de Turespaña en un plan de mejora de la acción exterior del Estado en materia turística a través de las oficinas. Creo que funciona muy bien la cooperación con las comunidades autónomas, pero sin duda hay muchos aspectos mejorables en el trabajo de nuestras oficinas. Vamos a reunir dentro de una semana o quince días a todos los responsables de las oficinas de turismo para impartirles instrucciones para mejorar los procedimientos.

Abordaba también, por último, el tema de formación, que yo creo que es muy importante, como he manifestado en alguna ocasión. No puede ser, como hemos visto en los últimos años, que un trabajador baje del andamio y al día siguiente esté situado detrás de la recepción de un hotel sin ningún tipo de reciclaje. Esto sin duda tiene un impacto directo en la atención al turista y en el grado de satisfacción; tiene que haber mecanismos de reciclaje para el fomento de la formación, la recuperación de determinados conceptos, que yo no digo que se hayan perdido, pero que me manifiesta el sector... Comparto que hay valores como la hospitalidad, la amabilidad... Yo creo que España ha cambiado mucho el trato al turista desde principio de los años setenta al que existe hoy. Insisto que el trato percibido por los turistas y su grado de satisfacción es elevadísimo, de ahí el gran nivel de fidelización que tiene España respecto a sus clientes. Estamos hablando de grados de satisfacción por encima del 85 por ciento. Cuando se miran las encuestas del mercado alemán, del británico, del francés y cuántas veces han viajado a España para disfrutar sus vacaciones, lo habitual es que sea la cuarta, quinta, séptima vez. Este verano, a mediados de agosto, fui a Alemania, a Hanover, a mantener una reunión con el presidente de TUI, y entablamos conversación con una persona de un vuelo mayoritariamente de turistas en el que los únicos que desentonábamos éramos los que íbamos de la Secretaría de Estado de Turismo, porque llevábamos chaqueta y corbata. Le preguntamos a la persona que teníamos al lado, madre de familia, cuántas veces había viajado a Mallorca, en este caso era un vuelo directo Mallorca-Hanover, y nos manifestaba que era la quinta vez. Por tanto, eso es una constante en el turismo en España. Esto también es una fortaleza muy importante. Por tanto, hay que estar

muy pendientes de los hábitos, de las opiniones, de lo que piensan los turistas, y ese es uno de los objetivos que también pretendemos con este centro nacional de inteligencia turística; dicho así no queda muy bien, y además no va a ser este nombre, porque las siglas serían CNI. Lo que pretendemos es crear un centro de conocimiento turístico, en donde sepamos perfectamente qué piensan, qué quieren y qué desean nuestros clientes. Por tanto, aparte de crear una plataforma de innovación en red va a recoger —creo que es una experiencia pionera en el mundo— todas las informaciones de universidades, de centros de investigación, de comunidades autónomas, de otros países, de empresas privadas. Es decir, una persona que quiera conocer cuáles son las iniciativas de mejora, por ejemplo, en sistema de eficiencia energética hotelera, se irá a esta plataforma y tendrá toda la información de experiencias de este tipo. Por tanto, mi equipo y yo lo que estamos haciendo en los pocos meses que llevamos al frente de la secretaría de Estado es una labor de desarrollo del Plan 2020, estar muy en contacto con el sector, en definitiva entender que estamos todos en el mismo barco. Le puedo asegurar que el grado de consenso, de acuerdo que yo he visto en materia turística entre el sector privado y el sector público —estamos hablando de comunidades autónomas de distinto signo político— es total y absoluto. Quizá llama la atención porque es de los sitios en donde yo he estado donde he visto más grado de consenso, de acuerdo y de unidad de acción. Por ello esta es la línea que debemos mantener, y que en este caso me he trazado: de acuerdo, de colaboración y de consenso.

El señor **PRESIDENTE**: Como saben SS.SS., no hay otro turno previsto, pero sí la posibilidad de puntualizar algunas de las preguntas o sugerencias que han hecho, pero en un turno muy breve, de tres minutos.

Tiene la palabra la señora Salom.

La señora **SALOM COLL**: Señor secretario de Estado, después de su intervención me preocupa que haya abierto el paraguas antes de que se aprueben los presupuestos del año 2009. Ya nos ha advertido que las cosas vendrán mal, y a nosotros desde el Grupo Popular nos preocupa que todo quede en voluntarismo, en palabras amables, en estrategias, pero que al final las cosas no se acaben concretando. Nosotros lo que queremos es compromiso, compromiso ya y hechos, y evidentemente presupuestos e intentar acortar los calendarios de todo lo que es el Plan de Turismo Horizonte 2020. Intentar acortar los plazos e intentar cuanto antes acelerar, impulsar de una manera importante todas y cada una de las actuaciones que se contemplan en este plan. Evidentemente, si uno quiere acelerar e impulsar todas estas actuaciones hace falta dinero y partidas presupuestarias para poder ejecutarlos. Si en la primera intervención le había dicho que usted era un poco triunfalista por la valoración que hacía de la última temporada turística, después de leerme toda una serie de resúmenes de prensa de lo que opina en el mes de julio una parte del sector,

me reafirmo en lo dicho anteriormente. Usted se conforma y le parece muy bien porque ha venido un número importante de turistas a España, porque hay una buena ocupación, pero no significa que detrás de esta cifra, que en principio es buena, las cosas vayan bien, porque se han incrementado de una forma importante los costes empresariales, se ha incrementado mucho más el coste de las empresas turísticas que los ingresos que estos turistas han dejado en nuestro país, por lo tanto se está disminuyendo la rentabilidad empresarial, y eso preocupa. De la misma manera que usted me ha dado toda una serie de resúmenes de prensa, yo podría entrar en la misma dinámica y leerle lo que piensa un montón de gente representativa del mundo turístico que no opina como los que ha leído usted. Respecto a las tasas aeroportuarias la situación hace seis, diez, once o doce era distinta de lo que está pasando ahora. El señor Zapatero lleva cuatro años y medio al frente del Gobierno de España, y si hubiera tenido voluntad política de suprimir, eliminar o bajar las tasas aeroportuarias lo hubiera podido hacer; las condiciones y las circunstancias de hoy y de hace unos años respecto del mundo turístico son distintas.

Finalizo. Hace falta poner de acuerdo al Ministerio de Fomento y a su ministerio para diseñar un plan estratégico que nos permita mantener las líneas de comunicación tanto a nivel internacional como interno, de nuestro país, que son las vías por las que los turistas entran en España o se mueven por nuestro territorio.

El señor **PRESIDENTE**: Por el mismo tiempo y en el mismo sentido de puntualizar su intervención, tiene la palabra el señor Canet.

El señor **CANET I COMA**: La habilidad que siempre ha caracterizado al señor secretario de Estado en las respuestas en su larga trayectoria política la ha hecho patente una vez más. En cualquier caso le preguntaría por dos o tres cosas que le he comentado y a las que no me ha contestado en absoluto, las ha eludido, evidentemente porque creo que le interesa, pero también me interesa que se moje un poco en dos cosas que le he preguntado concretamente: una, ¿qué porcentaje de la línea de ayudas públicas de Plan 2020 o, sencillamente si quiere, de su secretaría de Estado ha ido a parar a Cataluña? Las quiero comparar con el peso que los mismos datos de su departamento dan para el peso turístico, insisto, de Cataluña en el conjunto del Estado; primera cuestión de la que le he hablado y no me ha contestado. Y la otra es si usted considera que los criterios que podrían llevar a la territorialización de la línea de ayudas serían más lógicos a partir de lo que le comentado: esfuerzo, peso del PIB, gasto de turistas, etcétera; o, si quiere, le doy la vuelta a la pregunta: ¿qué criterios se utilizan para el porcentaje que antes le había pedido, si los considera lógicos y si los piensa modificar o no?

El señor **PRESIDENTE**: Para finalizar tiene la palabra el señor Mesquida.

El señor **SECRETARIO DE ESTADO DE TURISMO** (Mesquida Ferrando): Yo no creo que haya abierto ningún paraguas. El presidente del Partido Popular está exigiendo todos los días unos presupuestos austeros, el presidente del Gobierno ha dicho que van a ser unos presupuestos austeros. La situación en la que se encuentran los ingresos del Estado hace pensar que no van a ser unos presupuestos expansivos, pero también es verdad que se ha manifestado que no van a ser restrictivos en materia social y en materia de inversión productiva. Por tanto, le puedo asegurar... Usted dice que le preocupa, a mí me preocupa mucho más que a usted porque, en definitiva, yo soy el que tiene que gestionar los planes nuevos y los programas en que estamos trabajando. En el tema de acortar calendario o acelerarlo, yo soy un obsesivo de acelerar las cosas y de acortar, lo que pasa es que evidentemente hay determinados programas que dependen de la disponibilidad presupuestaria futura. Se van a poner en marcha en 2009 y obviamente hasta que no tengamos el presupuesto...; podemos preparar todo para que cuando el presupuesto del 2009 esté operativo se inicie automáticamente el programa.

Yo no voy a entrar en el debate. Cuando he hecho la referencia a opiniones de representantes de asociaciones nacionales, no he valorado la situación. La valoración de una situación es subjetiva; a uno le parecerá que un 92 por ciento de ocupación es buena y a otro le parecerá que, como el año pasado fue del 96, es mala. Como la rentabilidad empresarial fue el 100 el año pasado y este año puede ser 90, parecerá bien o parecerá mal. Lo que he dado ha sido las opiniones. En cualquier caso, también le he puesto de manifiesto algunas cifras de gasto medio por turista, de gasto diario por turista, de ingresos por turismo, que son positivas. Eso no quiere decir que se esté haciendo ningún triunfalismo, porque mañana pueden cambiar; lo importante es no perderse en diagnósticos de si la situación... galgo o podenco, lo importante es saber lo que hay que hacer.

Respecto a las tasas aeroportuarias usted decía que la situación ha cambiado. Yo le he querido demostrar que hubo momentos de una grandísima dificultad justo después de los atentados del 11 de septiembre —si no mire un informe de la Organización Mundial del Trabajo que es muy explícito acerca de la grandísima dificultad que

pasaron las compañías aéreas—, con recortes de las plantillas de más del 25 por ciento, recortes en pedidos de aviones, vuelos que quedaban en tierra, y no se bajó ninguna tasa. Es verdad que las circunstancias son distintas, sobre todo al hacerme este planteamiento: antes ustedes gobernaban y ahora no. Por tanto, esto es lo único que ha cambiado. En aquel momento no solo no bajaron las tasas —no las bajaron nunca—, sino que además crearon nuevas, y la mayor bajada que reivindica el sector es precisamente la tasa de aproximación de aeronaves. Por tanto, crearon una tasa, la de seguridad aeroportuaria, y no recuerdo ningún ejemplo de que se bajaran tasas aeroportuarias. Sí recuerdo la petición del presidente de la Asociación de Líneas Aéreas, que era el mismo, reivindicando una bajada de las tasas por las dificultades económicas, y una contestación, creo recordar, de Luis de Guindos diciendo que no. Por tanto, la única circunstancia de dificultad que ha cambiado es que antes gobernaba el PP, y no las bajó, y ahora gobierna el PSOE. En cualquier caso, esta es una decisión, insisto, que no me corresponde.

No sabía que el señor Canet me conociera personalmente cuando ha manifestado mi especial habilidad para contestar. En cualquier caso, he dicho que no iba a entrar en determinados temas competenciales. Usted planteaba una pregunta muy concreta: el porcentaje de ayudas públicas que han ido a parar a Cataluña. Yo no dispongo ahora mismo del dato, en todo caso se lo podemos hacer llegar. Le tengo que decir que no tengo previsto dentro del horizonte de trabajo un cambio en la territorialización de las líneas de ayuda. En cualquier caso, yo nunca creo que estoy en la verdad absoluta, todo es opinable, y mantengo mi total disponibilidad —ya lo he hecho con algún miembro de su partido— para, si me convence de que hay que cambiar los criterios, cambiarlos. En cualquier caso le digo que no es prioridad mía ni tengo en el horizonte cambiar ninguna forma de territorialización de líneas de ayudas.

El señor **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Mesquida, por su intervención en esta Comisión y, reiterándole la bienvenida, esperamos que en el futuro podamos seguir teniéndolo con nosotros. Sin más, levantamos la sesión.

Eran las seis y treinta y cinco 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.: 902 365 303. <http://www.boe.es>

Depósito legal: **M. 12.580 - 1961**

