

# *Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid*



---

Número 607

12 de mayo de 2014

IX Legislatura

---

## COMISIÓN DE PRESUPUESTOS, ECONOMÍA Y HACIENDA

### PRESIDENCIA

Ilmo. Sr. D. Jesús Miguel Dionisio Ballesteros

Sesión celebrada el lunes 12 de mayo de 2014

### ORDEN DEL DÍA

**1.- PNL-40/2014 RGEF.4254.** Proposición No de Ley del Grupo Parlamentario Socialista, con el siguiente objeto: la Asamblea de Madrid insta al Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid a exigir al Gobierno de España la anulación de las subidas del tipo impositivo del IVA previstas en el Real Decreto Ley 20/2012 referidas a los servicios de peluquería, manteniéndolos en el tipo reducido del IVA del 10%.

**2.- PCOC-37/2014 RGEF.578.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Luis Velasco Rami, diputado del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, se pregunta cuáles son los principales elementos integrantes de la campaña "Madrid destino 7 estrellas".

---

**3.- PCOC-266/2014 RGEF.1375.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Eustaquio Jiménez Molero, diputado del Grupo Parlamentario Socialista en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre las razones que han seguido en la Comisión de Precios, como órgano colegiado de asesoramiento y consulta del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, para aprobar la propuesta de tarifas fijas del servicio de auto taxi, previamente aprobado por el Ayuntamiento de Madrid, en defensa de las personas consumidoras, al margen de las fijadas por los contadores y taxímetros de los citados vehículos del servicio público de taxi de la ciudad de Madrid.

**4.- PCOC-504/2014 RGEF.3797.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª Rosalía Gonzalo López, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre balance de las actuaciones desarrolladas por el Gobierno Regional para potenciar al sector artesano.

**5.- PCOC-505/2014 RGEF.3798.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª María Gema Sanz Sanz, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre objetivos que persigue el Gobierno Regional con la puesta en marcha de las campañas inspectoras de comercio en 2014.

**6.- PCOC-545/2014 RGEF.4161.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Antero Ruiz López, diputado del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre opinión que le merece al Consejo de Gobierno la caída de la producción industrial durante el mes de febrero de 2014 en nuestra Comunidad.

### **7.- Ruegos y preguntas.**

## SUMARIO

	<b>Página</b>
- Se abre la sesión a las 10 horas y 8 minutos. ....	33393
— <b>Modificación del orden del día:</b> tramitación en tercer lugar del punto segundo, PCOC-37/2014 RGEF.578. ....	33393
— <b>PNL-40/2014 RGEF.4254. Proposición No de Ley del Grupo Parlamentario Socialista, con el siguiente objeto: la Asamblea de Madrid insta al Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid a exigir al Gobierno de España la anulación de las subidas del tipo impositivo del IVA previstas en el Real Decreto Ley 20/2012 referidas a los servicios de peluquería, manteniéndolos en el tipo reducido del IVA del 10%. ....</b>	33393

- Interviene la Sra. González Ausín en defensa de la proposición no de ley. ....	33393-33397
- Interviene, en turno de defensa de las enmiendas, el Sr. Fanjul Fernández-Pita.....	33398-33400
- Intervienen, para fijar la posición de sus Grupos, el Sr. Velasco Rami y la Sra. Martínez Martínez. ....	33401-33403
- Interviene, en turno de aceptación de las enmiendas, la Sra. González Ausín.....	33403
- Votación y rechazo de la proposición no de ley.....	33403
- Se suspende la sesión a las 10 horas y 49 minutos. ....	33403
- Se reanuda la sesión a las 10 horas y 55 minutos.....	33403
<b>— PCOC-266/2014 RGEF.1375. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Eustaquio Jiménez Molero, diputado del Grupo Parlamentario Socialista en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre las razones que han seguido en la Comisión de Precios, como órgano colegiado de asesoramiento y consulta del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, para aprobar la propuesta de tarifas fijas del servicio de auto taxi, previamente aprobado por el Ayuntamiento de Madrid, en defensa de las personas consumidoras, al margen de las fijadas por los contadores y taxímetros de los citados vehículos del servicio público de taxi de la ciudad de Madrid.</b> ....	33403
- Interviene el Sr. Jiménez Molero, formulando la pregunta. ....	33404
- Interviene la Sra. Directora General de Consumo, respondiendo la pregunta. ....	33404-33405
- Intervienen el Sr. Jiménez Molero y la Sra. Directora General, ampliando información.....	33405-33409
<b>— PCOC-37/2014 RGEF.578. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Luis Velasco Rami, diputado del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, se pregunta cuáles son los principales elementos integrantes de la campaña "Madrid destino 7 estrellas".</b> ....	33409
- Interviene el Sr. Velasco Rami, formulando la pregunta. ....	33409
- Interviene el Sr. Director General de Comercio, respondiendo la pregunta. ....	33410
- Intervienen el Sr. Velasco Rami y el Sr. Director General, ampliando información. ...	33410-33414

<b>— PCOC-504/2014 RGE.3797. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª Rosalía Gonzalo López, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre balance de las actuaciones desarrolladas por el Gobierno Regional para potenciar al sector artesano. ....</b>	33414
- Interviene la Sra. Gonzalo López, formulando la pregunta. ....	33414
- Interviene el Sr. Director General de Comercio, respondiendo la pregunta. ....	33414-33416
- Interviene la Sra. Gonzalo López, ampliando información. ....	33417-33418
<b>— PCOC-505/2014 RGE.3798. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª María Gema Sanz Sanz, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre objetivos que persigue el Gobierno Regional con la puesta en marcha de las campañas inspectoras de comercio en 2014. ....</b>	33418
- Interviene la Sra. Sanz Sanz, formulando la pregunta. ....	33419
- Interviene el Sr. Director General de Comercio, respondiendo la pregunta. ....	33419-33421
- Interviene la Sra. Sanz Sanz, ampliando información. ....	33421-33422
<b>— PCOC-545/2014 RGE.4161. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Antero Ruiz López, diputado del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre opinión que le merece al Consejo de Gobierno la caída de la producción industrial durante el mes de febrero de 2014 en nuestra Comunidad. ....</b>	33422
- Interviene el Sr. Ruiz López, formulando la pregunta. ....	33423
- Interviene el Sr. Director General de Industria, Energía y Minas, respondiendo la pregunta. ....	33423-33424
- Intervienen el Sr. Ruiz López y el Sr. Director General, ampliando información. ....	33424-33427
<b>— Ruegos y preguntas. ....</b>	33427
- No hubo ruegos ni preguntas. ....	33427
- Se levanta la sesión a las 12 horas y 11 minutos. ....	33427

*(Se abre la sesión a las diez horas y ocho minutos).*

El Sr. **PRESIDENTE**: Buenos días, señorías. Damos comienzo a la sesión de la Comisión de Presupuestos, Economía y Hacienda prevista para el día de hoy. Se ha propuesto una alteración del orden del día por parte del Grupo Parlamentario Popular, pasando el segundo punto del orden del día al tercero y el tercero al segundo, con el objeto de agruparlas por motivos temáticos para que puedan ser atendidas por la persona que comparezca para responder las PCOP sobre comercio. ¿Aceptan SS.SS. la alteración del orden del día? *(Asentimiento.)* Queda aprobada la alteración del orden del día por asentimiento. Pasamos al primer punto del orden del día.

**PNL-40/2014 RGE.4254. Proposición No de Ley del Grupo Parlamentario Socialista, con el siguiente objeto: la Asamblea de Madrid insta al Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid a exigir al Gobierno de España la anulación de las subidas del tipo impositivo del IVA previstas en el Real Decreto Ley 20/2012 referidas a los servicios de peluquería, manteniéndolos en el tipo reducido del IVA del 10%.**

Para presentar la iniciativa, tiene la palabra la portavoz del Grupo Parlamentario Socialista señora González Ausín.

La Sra. **GONZÁLEZ AUSÍN**: Muchas gracias, señor Presidente. Buenos días, señorías. En primer lugar, permítanme saludar a las personas que nos acompañan esta mañana, pertenecientes a la asociación estatal y a la asociación madrileña del sector de las peluquerías; sector conformado por trabajadores, la mayoría autónomos, con uno o dos empleados y la mayoría mujeres, que se ven afectados por el cambio de tributación desde julio de 2012, del IVA reducido del 8 por ciento al tipo general del 21 por ciento en los servicios prestados por las peluquerías; un incremento de 13 puntos de presión fiscal de un plumazo que ha marcado la diferencia entre la vida y la muerte de muchos trabajadores de este sector.

La crisis, ciertamente, ha afectado también a todos los autónomos, y ustedes podrán preguntarse por qué el Partido Socialista trae a esta Asamblea el problema de este sector y no otros. Y les quiero decir, en primer lugar, que este sector, organizado en la asociación estatal y en la asociación madrileña, nos lo ha demandado. Llevan tiempo realizando demandas en este sentido en diversos territorios. Hemos estudiado sus argumentos, así como algunos otros que aquí describiré, y son convincentes, son sensatos, son realistas y bien argumentados. Eso no quita para que, si llegan demandas de otros colectivos, este Grupo político las estudiará con la misma atención y dedicación.

Hay un segmento de autónomos dedicados a sectores como fontanería, carpintería, albañilería, pintura, etcétera, que, repito, también han sufrido y están sufriendo la crisis, si bien, un elemento que los diferencia del sector de las peluquerías tiene que ver con la representación por género del colectivo de estos trabajadores o trabajadoras que, en el caso de las peluquerías, es un sector mayoritariamente conformado por mujeres, llegando hasta un 80 por ciento de representación.

Un sector que contaba en 2011 con 48.000 salones y 120.000 trabajadores se ha visto reducido por cierres en toda España en unos 8.000 salones; solo en Madrid, en 2013, 1.000 salones, 2.300 puestos de trabajo perdidos y, como decía, la mayoría mujeres. Señorías, el ERE de Coca-Cola en Madrid habla de 1.500 trabajadores. De él se enteró toda España y todo el mundo. De estos 2.300 puestos de trabajo perdidos en Madrid en el sector de la peluquería, ¿quién se ha enterado? ¿No les parece lo suficientemente justificada esta proposición no de ley por el volumen de pérdida de puestos de trabajo y por el número de mujeres a las que afecta?

En este sentido, quiero subrayar que la subida del IVA aplicada en julio de 2012 en este sector contraviene un compromiso europeo, y lo explicaré. Señorías, la Comisión de la Unión Europea constató que algunas decisiones políticas que en principio no tienen apariencia de sexistas pueden tener un impacto muy diferente entre hombres y mujeres, incluso cuando dichas consecuencias no estuvieran previstas ni se desearan. Por ello, se estableció un compromiso de la Unión Europea de integrar la perspectiva de género en todas las políticas comunitarias. Señorías, les diré más: fruto de ese compromiso, para dar desarrollo o cumplimiento al mismo, se elaboró en 2003 la Ley 30/2003; en ese momento estaba el Gobierno del Partido Popular. Es decir, en aquel momento se iniciaron leyes para abordar el tema del impacto de género, y en la Ley 3/2007, con un Gobierno socialista, se señaló la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y se amplió la necesidad de evaluar el impacto de género a los planes y proyectos que se elaboran de forma general. Los artículos 19 y 20 de esta ley profundizan en lo comentado. Y yo les pregunto: ¿dónde estaba el informe de impacto de género cuando se aprobó la ley de cambio de tipo impositivo del IVA en el sector de las peluquerías? ¿Cómo no se atendió a este sector?

Señorías, en 2011, a los pocos meses de llegar a este Parlamento, una Directora General del Gobierno regional decía lo siguiente –leo textualmente–: “En el Gobierno regional reforzamos nuestro pleno convencimiento de que la mejor forma de contribuir a esta igualdad es lograr que las mujeres dispongan de un empleo acorde con su formación, con sus capacidades y con su talento”. Señorías, estoy de acuerdo. Señorías del Grupo Popular, les pregunto: ¿siguen ustedes estando de acuerdo con esta afirmación? Muchas mujeres estilistas, peluqueras, quieren hoy contar con su apoyo. Estoy convencida de que no las van a defraudar; pero, lógicamente, tampoco van a defraudar o no podemos defraudar a los peluqueros, aunque sean menos. Y quiero que eso lo hagamos juntos, todos los Grupos, aunque sea por una vez en este Parlamento; que alcemos la voz ante el Gobierno de España para exigirle una rectificación ante una subida que nunca debió producirse.

Un Gobierno de un país que refinancia la banca privada con el dinero de todos en más de 40.000 millones y deja a su suerte a lo que hoy por hoy conforma nuestro tejido económico, formado por numerosas, pequeñas y medianas empresas, que además cierra el crédito a las mismas, no es de recibo. Sencillo de entender por todos: no puede estar el incremento del gasto público en la banca, en vez de que esté en el sector productivo, que es lo vital para salir adelante de esta crisis. Vuelvo a decir que el sector productivo será el que nos va a sacar de esta crisis, no los bancos, no los mercados, que son los que nos han provocado este desaguado.

Dejo manifestado aquí que es posible que se deba abordar una reforma importante y profunda del RETA, del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, pero hoy no podemos dedicar mucho tiempo a ello. Sí quiero, al menos, manifestar, porque la mayoría de las peluquerías son autónomas, pequeñas empresas -como decía- formadas por uno o dos empleados, que este país sigue teniendo una deuda importante con los autónomos.

Señorías, nuestro esfuerzo como políticos debe estar en buscar soluciones al mayor problema que tiene nuestro país: el empleo, y se debe apostar por el tejido económico. Debe de ser una estrategia de emergencia en sí misma para la generación de empleo. No podemos permitir que se siga destruyendo empleo y no podemos permitir que no seamos eficaces en frenar la destrucción de empleo, que es lo que claramente está sucediendo, entre otros, en el sector de la peluquería. Por eso se debe frenar que en 2014 en Madrid cierren otras 800 empresas y se pierdan otros 1.900 empleos, todo esto previsible según la asociación de Madrid, pues, desde 2011, cuando se contaba con 7.200 salones y unos 20.000 puestos de trabajo, ya se han perdido demasiados. Además, a los trabajos directos hay que sumar los puestos de trabajo indirectos perdidos por el impacto colateral, como son las empresas de suministros de productos, de mobiliario, de aparatología, etcétera.

Otro aspecto que quiero tratar es el de la economía sumergida. Señorías, desconozco si en otros sectores o cuánto en los otros sectores el cambio impositivo ha generado más o menos de economía sumergida o ha generado más o menos estancamiento de la actividad económica, pero sí les aseguro que en el caso de las peluquerías está claro que sí. Miren el cartel que recogí en una parada de autobús en Madrid capital (*Mostrando un documento*): "Corto y peino. Servicio a domicilio". Lo arranqué porque era justo cuando estaba preparando esta proposición no de ley, y lo recuerdo perfectamente, era a principios de abril. Como digo, en mi proposición no de ley este no es un hecho aislado. Son muchos los clientes y los profesionales del sector que han vuelto a los usos y costumbres de hace quizá más de 30 años, a una economía sumergida, que, ciertamente, en el sector de las peluquerías yo creo que prácticamente había desaparecido. Parece que vamos hacia atrás: en vez de sumarse sectores a realizar prácticas antifraude, parece que se está abocando a medidas para que aquellos sectores que se estaban alejando, como decía en cuanto a las peluquerías, vuelvan y se estén incorporando nuevamente a este sector claramente del fraude.

No es casual todo lo que surge. Una crisis fuerte, sumada a incrementos impositivos municipales fortísimos, incrementos en energía eléctrica, en el agua, ambos elementos básicos en una peluquería; subidas del IVA en los productos, que son elementos indispensables en una peluquería. Por ello, las peluquerías, al final, optaron por la salida de no repercutir toda la subida a sus clientes para intentar retenerlos. Pero eso, junto a que los clientes, por la propia crisis, han reducido la frecuencia en el uso de estos servicios, ha precipitado la caída del sector. Datos preocupantes si analizamos solo Madrid, pero datos más preocupantes si analizamos la globalidad del Estado, donde en 2014 se apunta una nueva pérdida de 5.600 empresas.

Ahora, de forma breve, introduciré un tema normativo arduo, pero importante, para saber de dónde veníamos en esto del IVA reducido de las peluquerías. La Directiva 2006/111, del Consejo,

de 28 de noviembre, es la relativa al sistema del IVA. El artículo 98 de dicha Directiva regula los tipos impositivos y prevé tipos reducidos para los supuestos tasados en el anexo 3 de la Directiva, donde se incluye la categoría 21, que integra a las peluquerías.

También podría detenerme en el artículo 91.1.2. No podemos detallar ahora, pero el antecedente a todo esto era otra Directiva que se refería a los tipos reducidos de IVA para los servicios de gran intensidad de mano de obra. Así, año tras año, se ha ido prorrogando la aplicación de los tipos reducidos, y España podía claramente haber seguido prorrogando dicha aplicación de tipo reducido. No tenía obligación de cambiarlo; repito, no hay obligación, máxime con el argumento del propio compromiso europeo con el impacto de género que comenté anteriormente, pero no se quiso, o se despistó. Eso sí, el señor De Guindos no se ha despistado en absoluto a la hora de prorrogar la tasa Tobin; es decir, aliarse siempre con los que más tienen. Ahora pedimos la rectificación de lo que nunca debería de haber sucedido con el IVA de las peluquerías.

También les recordaré que se podría haber seguido manteniendo o reduciendo el IVA como en otros países europeos: Chipre, un 5 por ciento; Países Bajos y Luxemburgo, un 6 por ciento; Polonia, un 8 por ciento –por cierto, un país que ahora mismo está creciendo un 3,5 por ciento, pero sigue teniendo reducido el IVA en este sector-; en Irlanda, un 9 por ciento; en Eslovenia, un 9,5 por ciento. Países con menor tasa de paro que nosotros. Así, Alemania, Austria, Francia o Reino Unido tienen incluso un IVA, en pocos puntos, pero incluso menor que el que tenemos nosotros en este sector. En definitiva, si no se está cumpliendo este cambio o, mejor dicho, si se está cumpliendo lo que aprobaron en julio de 2012, no es porque Europa les obliga; no es porque Europa obliga a ello, es por una voluntad, por una decisión política que es la que queremos que se cambie.

Por ello, vuelvo a decir, esta proposición que traigo esta mañana solicita al Gobierno de España la anulación de las subidas del tipo impositivo del IVA previstas en el Real Decreto 20/2012, referidas a los servicios de peluquería, manteniéndolos en el tipo reducido del IVA del 10 por ciento y, desde luego, esperamos la aprobación de los otros tres Grupos políticos de este Parlamento, Izquierda Unida, UPyD y Grupo Popular.

Las señorías del Grupo Popular han presentado una enmienda que no puedo aceptar por lo siguiente: ustedes aplazan la decisión y la condicionan a que sea en el contexto de la reforma del sistema tributario, y su propuesta en la enmienda no es firme, indicando que se reconsidere el tipo de IVA a los servicios de peluquería. Señorías del Partido Popular, ¿qué seguridad dan de que existirá esta reforma? Yo no lo tengo tan claro. Tengo muchísimos interrogantes al respecto pues la cuadratura del círculo es bastante difícil. De cualquier manera, la reforma del sistema tributario se sale del objeto de esta iniciativa. Sí les diré que aún estoy esperando avances en la reforma del modelo de financiación autonómica que empezó a estudiarse mucho antes que la reforma del sistema tributario y todavía está durmiendo el sueño de los justos. Pero por encima de todo hay otro argumento y es incluso de principios: si uno sabe que hace mal o se ha equivocado, se debe rectificar inmediatamente. Y la subida de julio de 2012 fue una equivocación y además hace mal al colectivo.

No puede ser que se tomen decisiones perjudiciales en dos días y ahora para solucionarlo se pasen más de dos años. El error económico y social...

El Sr. **PRESIDENTE**: Vaya finalizando.

La Sra. **GONZÁLEZ AUSÍN**: Sí, finalizo ahora mismo. Señorías, esto no puede esperar. El sector está agonizando; esto no puede esperar más. Además, el Grupo Popular en su enmienda introduce, como decía, este término de "reconsiderare", con el que podríamos estar de acuerdo o no, pero no le da todo el empaque que yo pretendía. Dígnanos si ustedes están con el sector y los trabajadores o solo con su partido. Dígnanos si están por el mantenimiento de la subida del IVA pese a que recogían firmas por lo contrario -¿recuerdan?- hace unos añitos cuando gobernaba Zapatero.

Señorías, ahorrémonos historias. A estas alturas todos sabemos que sí había otra manera de hacer las cosas para salir de esta crisis mundial, pero principalmente Europea; que sí hay otros caminos y alternativas frente a los que han utilizado esta excusa para querer añadir un cambio profundo en la vida de las personas, un cambio ideológico. Nadie se cree que los organismos europeos puedan ser intrusivos en cuestiones secundarias como el IVA de las peluquerías y patéticamente, vomitivamente, impotentes en temas importantes como los paraísos fiscales. Solo es así si se le permite que sea así. Si buscamos entre todos que la crisis remita, apoyaran esta proposición no de ley. Si lo que buscan es que se mantenga la precariedad, el paro o la desigualdad, no la apoyaran. Si lo que buscan es no comprometerse, no mojarse, nadar entre dos aguas, seguir eternizándose estudiando las cosas para buscar el interés propio del partido, se abstendrán.

Señorías, he intentado no herir ninguna sensibilidad política, pues por encima de todo busco su apoyo; el apoyo conjunto de todos los Grupos de esta Cámara. Dejemos de lado esas consignas o mandatos de partido; pongamos rostro humano a los que pueden, con nuestro apoyo, vivir o, por el contrario, hundirse. Es la búsqueda de una respuesta al paro y una respuesta a la precariedad laboral y en muchos casos a sueldos de miseria en nuestra región. Finalizo en estos instantes diciendo que la Administración, con sus decisiones no puede crear desigualdades y fracturas sociales. Las empresas y en concreto también las del sector de las peluquerías ahora más que nunca necesitan impulsos y no obstáculos. Les pido a todos, señorías, que no renunciemos a la batalla del paro y que apoyen con su voto positivo esta proposición no de ley vital para el sector de las peluquerías de toda España, pero, por supuesto, de nuestra Comunidad. Nada más y muchas gracias. *(Aplausos en los escaños del Grupo Parlamentario Socialista)*.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Antes de dar la palabra al portavoz del Grupo Parlamentario Popular en este punto, quiero, en nombre de todos los miembros de esta Comisión, sumarme a la bienvenida y al saludo que ha tenido a bien hacer la diputada del Grupo Parlamentario Socialista a todas las personas que nos acompañan hoy aquí; estamos encantados de que puedan asistir y compartir con nosotros este debate. Al haberse presentado una enmienda por otra parte del Grupo Parlamentario Popular, tiene la palabra su portavoz.

El Sr. **FANJUL FERNÁNDEZ-PITA**: Muchas gracias. También mi Grupo se suma al saludo a nuestros invitados. Aunque es cierto que en el sector de las peluquerías hay un porcentaje muy importante de mujeres, no nos acompaña ninguna mujer esta mañana. (*Rumores en los escaños del Grupo Parlamentario Socialista*).

El Sr. **PRESIDENTE**: Por favor, señorías, les ruego que permitan al portavoz que está en el uso de la palabra ejercerlo. Tiene la palabra; continúe, por favor.

El Sr. **FANJUL FERNÁNDEZ-PITA**: La proposición no de ley presentada por el Grupo Parlamentario Socialista pretende, y así lo recoge la parte dispositiva, exigir al Gobierno de España la anulación de las subidas del tipo impositivo de IVA previstas en el Real Decreto Ley 20/2012, referidas a los servicios de peluquería, manteniéndolos en el tipo reducido de IVA del 10 por ciento.

La exposición de motivos de la PNL nos da una serie de datos en los que dice que las cifras generales son muy preocupantes, que se han cerrado más de 8.000 salones en España y que se han perdido más de 20.000 puestos de trabajo; hablan de las previsiones que apuntan a una nueva pérdida de 5.600 empresas y de otros 14.000 empleos directos. En dos años ese sector se ha reducido un 28 por ciento, con el consiguiente impacto en otros sectores que de forma indirecta se relacionan con este. También hace mención a la importancia que tienen las pymes en el tejido empresarial en España y por supuesto en la Comunidad de Madrid y de la importancia de la mujer en este sector y la cantidad de puestos de trabajo que se han perdido en estos últimos años.

Reflexionando sobre esta PNL, me preocupa que ustedes no hayan atendido a esto antes. Cuando ustedes han gobernado, se han perdido puestos de trabajo de mujeres por millones. Si se subió el IVA fue precisamente para tratar de paliar una situación de bancarrota absoluta. Nosotros, si bien es cierto, estamos de acuerdo en que subir impuestos no facilita la actividad económica sino todo lo contrario, pero, desde luego, los que subieron el IVA, que fue el Gobierno de la nación del Partido Popular, lo hicieron para tratar de paliar esa situación de bancarrota en la que nos dejaron ustedes. Dice con muy buenas palabras que a usted lo que le preocupa es el sector, las pequeñas y medianas empresas, y que no quiere ni politizarlo ni acusar de otras cosas; usted viene aquí a hablar de rescates, viene a hablar de que el señor De Guindos se alía con los poderosos, y la verdad es que no creo que eso tenga absolutamente nada que ver con las pequeñas y medianas empresas.

Hay que hacer una serie de consideraciones. La primera es que el Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y el fomento de la competitividad, es un real decreto ley que se tuvo que aprobar única y exclusivamente por la gestión anterior. Esta ley modificaba, en su artículo 91, la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el IVA, con efectos desde el 1 de septiembre de 2012. Dicha modificación supuso, por lo que se refiere al objeto de la PNL, la eliminación de determinados bienes y servicios de la relación de bienes y servicios sometidos a los tipos reducidos del impuesto, por lo que, por la aplicación de lo dispuesto en el artículo 90 de la misma ley, pasaron a tributar al tipo general, el cual también se modificó por el mismo real decreto ley, pasando del 18 al 21 por ciento que tenemos hoy en día. Dentro de los bienes

y servicios que han pasado a tributar al tipo general se encuentra los incluidos en el entonces artículo 91.Uno.2.14º de la Ley, que son los siguientes: los servicios de peluquería, incluyendo, en su caso, aquellos servicios complementarios a que faculte el epígrafe 972.1 de las tarifas del Impuesto sobre actividades económicas; la prestación de servicios de peluquería de señora y caballero recogidos en el epígrafe 972.1 de las tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas faculta a su titular a la confección de pelucas, postizos, añadidos y otras obras de igual clase, así como a prestar el servicio de manicura. Por otro lado, la actividad de peluquería y servicios accesorios contemplados en el epígrafe 972.1 del Impuesto de Actividades Económicas es susceptible de acogerse al régimen simplificado de IVA, lo que permite determinar la cuota a ingresar por el impuesto no en función de la actividad real sino en función de los elementos objetivos que se establecen en dicho régimen: personal, superficie del local y potencia eléctrica consumida. Además, para determinar a cuota a ingresar a la Hacienda Pública en los supuestos en el que titular de la actividad se acoja al régimen simplificado, no se tienen en cuenta los ingresos reales obtenidos en la actividad.

En cuanto a la directiva 2006/112 de la Comunidad Europea, de 28 de noviembre, del sistema común del impuesto sobre el IVA, permite a los Estados miembros de la Unión, de acuerdo con su artículo 98, el establecimiento de uno o dos tipos impositivos reducidos, que se aplicarán únicamente a empresas de bienes y a las prestaciones de servicios de las categorías que figuran en el anexo 3. Dentro de este anexo se recogen los servicios susceptibles de la aplicación de un tipo reducido a los servicios, y en el epígrafe 21 viene el de peluquería. En consecuencia, según lo dispuesto en esta norma, es perfectamente posible el establecimiento de un tipo impositivo reducido a los servicios que hasta el 31 de agosto de 2012 se encontraban dentro del artículo 91.Uno.2.14º de la ley del impuesto.

Las comunidades autónomas de régimen común, si bien participan de los rendimientos derivados de la recaudación, carecen de competencia normativa en relación con el IVA; es una competencia que corresponde única y exclusivamente al Estado. Se desconoce el impacto real que la subida del tipo impositivo ha supuesto para el sector, no obstante, es indudable que la subida ha obligado a los empresarios del sector o a encarecer servicios, o a reducir los márgenes de beneficio, como ha dicho usted antes, o a las dos cosas a la vez, lo que probablemente ha supuesto una reducción de demanda y pérdida de actividad.

Lo que no me parece serio del todo es decir que hay una economía sumergida dentro del sector de la peluquería, aludiendo a un anuncio de una parada de autobús. Si me pueden parecer serios –de hecho, me lo parecen– los datos que les ha proporcionado la asociación sobre pérdida de empresas y pérdida de puestos de trabajo, pero acusar a un sector de trabajar en economía sumergida por un anuncio de una parada de autobús me parece muy poco serio en un Parlamento. El Gobierno de la Comunidad ha defendido que la rebaja de impuestos, sobre todo para familias y pymes, es fundamental para ayudar a la recuperación de la economía, por lo que la propuesta iría en la línea de la política de la Comunidad de Madrid de los últimos años de reducir impuestos, en contra de lo que han promulgado ustedes siempre por activa y por pasiva. Nosotros no nos quedamos en venir aquí a hacer peticiones demagógicamente para quedar bien con un sector o que figure en el

diario de sesiones; nosotros tenemos los impuestos más bajos de España. No voy a recordarle los datos que usted sabe sobre impuestos en la Comunidad de Madrid y en el resto de España, y recaudación, pero sí le voy a recordar que las políticas de nuestro Gobierno en la Comunidad de Madrid se ven y se pueden palpar todos los días.

La subida del tipo impositivo del IVA por el Real Decreto 20/2012 afectó, además de a los servicios de peluquería a los que se refiere esta PNL y a los servicios culturales a los que se refiere la PNL presentada por el Grupo Socialista, a otros muchos bienes y servicios, como los deportivos, los sanitarios, dentales y curas termales no exentos, así como los servicios funerarios y determinados servicios de radiodifusión y televisión digital, además de las entregas de determinado material escolar, que pasó del superreducido del 4 al general del 21. Por ello, y dado que hay más sectores afectados por las subidas de tipos, la decisión a adoptar en relación con esta proposición debería fundamentarse en la constatación que dicho sector había sufrido, especialmente por la subida de los tipos y no, por ejemplo, por el devenir de la crisis económica.

Por todo ello, nosotros valoramos positivamente instar al Gobierno de la nación a la revisión de la subida del tipo impositivo del IVA para los servicios de peluquería en la medida en que el Gobierno de la Comunidad de Madrid defiende que la rebaja de impuestos es la mejor medida para ayudar a la economía en su conjunto. Lo que no podemos aceptar es el lenguaje que utilizan ustedes en esta proposición no de ley, por eso hemos presentado una enmienda, que voy a leer para que las personas que nos visitan, y que son los principales interesados, sepan por qué votamos a favor o en contra y por qué ustedes no aceptan nuestra enmienda: si es por preocuparse por el sector o si es única y exclusivamente por motivos partidistas, que cada uno decida después de que yo lea la enmienda que hemos presentado. Nosotros no consideramos adecuado el término "exigir" al Gobierno de la nación ni la medida "anulación", por lo que se propone la siguiente enmienda en aras del respeto institucional, única y exclusivamente. Lo que nosotros proponemos es: que la Asamblea de Madrid inste al Gobierno regional a que se dirija al Gobierno de la nación para que, en el contexto de la reforma del sistema tributario -una reforma que es inminente-, reconsidere el tipo de IVA aplicable a los servicios de peluquería a fin de que se recupere el tipo reducido aplicable a estos servicios, antes de la reforma del Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio. Nosotros lo que cambiamos es la palabra "instar" por la palabra "exigir"; dice exactamente lo mismo la PNL, lo único -y eso lo tendrán que valorar los ciudadanos, y especialmente ustedes- es saber si el Grupo Parlamentario Socialista tiene algún interés en recuperar el tipo reducido de IVA o quieren utilizar esta PNL de forma demagógica, porque se trata de cambiar una palabra. Nosotros vamos a votar en contra de la proposición no de ley porque consideramos que está mal planteada; lo único que queremos cambiar de esa PNL es "instar" por "exigir" y el Grupo Parlamentario Socialista no nos respalda en ese pequeño cambio, que es única y exclusivamente cortesía parlamentaria, bueno es de educación. Nada más, y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Por un tiempo de quince minutos, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia, señor Velasco.

El Sr. **VELASCO RAMI**: Muchas gracias, señor Presidente. Debo confesar, primero, la sorpresa con que mi Grupo ha recibido esta proposición no de ley presentada por el Grupo Parlamentario Socialista, porque habla de un sector en crisis y ¿hay algún sector que no esté en crisis?, pregunto; es decir, ¿por qué las peluquerías, sí y otros sectores no? La portavoz del Grupo Parlamentario Socialista ha insistido en la situación de muchos autónomos. Por supuesto, nosotros compartimos eso; aquí se han juntado, primero, una caída de la demanda causada por políticas de recortes presupuestarios ante la situación de crisis económica, por la situación externa, y, evidentemente, a eso se ha sumado una subida del IVA, en algunos sectores excesiva, pero repito, ¿por qué el sector de la peluquería sí y el resto de sectores no? Esta es la primera observación que quiere realizar mi Grupo al expresar nuestra sorpresa al recibir esta proposición no de ley referida al sector de las peluquerías. Evidentemente, se nos adjuntan una serie de cifras, que yo entiendo, por supuesto, que son correctas; están, entiendo, facilitadas por el sector y no tengo razones para dudar, pero, repito, esa situación de crisis, de caída de la demanda, de caída del consumo y del impacto negativo en el empleo, se ha producido con mayor o menor intensidad en prácticamente toda la economía española y las cifras así nos lo demuestran.

Se ha hablado, por parte de la portavoz –y esto es un argumento que se ha utilizado-, de la importancia de la economía sumergida en este sector. Debo confesar también mi sorpresa. Yo procuro leer, entender y conocer muchas cosas y he oído hablar de economía sumergida en muchos otros sectores de servicios y productivos. ¿Existía la economía sumergida? Estoy absolutamente convencido. Cuando la economía sumergida, según estimaciones, que no son exactas –es imposible que haya una estimación exacta de lo que supone la economía sumergida, porque está sumergida-, dan una estimación global de entre un 20 y 25 por ciento del producto interior bruto, pues, evidentemente, una parte importante se da en ese sector servicios, como es en la peluquería. Entiendo, pero desconozco, cuál será la dimensión de la misma.

Tercer argumento: no se trata de estar o no con un sector, es decir, mi Grupo, y creo que todos los que estamos aquí, somos conscientes de las enormes dificultades de muchos sectores productivos y de servicios y nos gustaría encontrar una varita mágica para tratar de solucionar sus problemas, pero, en opinión de mi Grupo, modificar el Impuesto sobre el Valor Añadido, en este caso, no es el remedio para estos problemas, que, evidentemente, son mucho más profundos.

Hay una consideración que creo que debemos tener en cuenta –por lo menos mi Grupo la va a tener en cuenta-: el sistema tributario pretende ser un sistema -impuestos, tasas, contribuciones especiales- y no parece recomendable hacer retoques por demandas, a), b) o c), por muy respetables que sean, repito. El segundo punto, como se ha dicho aquí –y estoy convencido de que será así-, es que está en estudio una reforma del sistema tributario español, por razones internas y también por razones de exigencias del exterior, y yo creo que también es un elemento fundamental a tener en cuenta.

Para mi Grupo y para mí personalmente sería mucho más cómodo, en esta situación, aquí, ahora, sumarme a la petición del Grupo Parlamentario Socialista, pero no lo vamos a hacer. Nosotros

—me refiero a mi Grupo— procuramos ser absolutamente coherentes con lo que creemos más adecuado. Repito: yo no devalúo la situación difícil del sector —estoy absolutamente convencido de que es así—, pero creo que debemos tratar de tener en cuenta otras consideraciones de tipo general. A nosotros, a mi Grupo, nos parecía adecuada la enmienda propuesta por el Grupo Parlamentario Popular y pensábamos que iba a ser aceptada por el Grupo Parlamentario Socialista, no tanto por una cuestión terminológica, sobre exigir, pedir, etcétera, que a mí me parece menos importante, como por la mención que se hace en la enmienda del Grupo Parlamentario Popular, salvo que yo esté equivocado, de algo así como —estoy citando de memoria— : en el contexto de la reforma prevista del sistema tributario. A mi Grupo eso es lo que nos parece absolutamente esencial, es decir, por eso estamos en contra de modificaciones en este momento por razones que nos parecen respetables pero que serían aplicadas en todos y cada uno de los sectores, estamos en contra de modificaciones en un tema tan importante como es tocar los impuestos de un país. Es un tema absolutamente fundamental para la situación económica y perspectivas de un país. Por todo esto, aunque, como digo, sería mucho más cómodo votar a favor de la proposición no de ley del Grupo Socialista, incluso una abstención, nosotros vamos a votar en contra porque entendemos que o hay razones suficientes para llevar a cabo, de una manera individualizada, esta proposición que ha presentado el Grupo Parlamentario Socialista. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Tiene la palabra la portavoz del Grupo Parlamentario Izquierda Unida-Los Verdes.

La Sra. **MARTÍNEZ MARTÍNEZ**: Muchas gracias, señor Presidente. Buenos días a todos y a todas. Quiero unirme al agradecimiento a los invitados por su presencia hoy aquí y disculparme por la voz, pero creo que estamos todos igual.

Mi Grupo sí va a apoyar la PNL que ha presentado el Grupo Parlamentario Socialista. La portavoz del Grupo Socialista sabe cuáles son algunas de las diferencias que tenemos con ellos, pero creemos que, aunque la propuesta debería haber sido más genérica, no por eso, porque se habla de un solo sector, no la vamos a apoyar. Creemos que es bueno que de vez en cuando se hablen de sectores de los que nadie habla; hay sectores que no se ven, que no existen y que no se visualizan nunca. Es bueno traer propuestas en las que se visualicen sectores, pero, a partir de ahí, nosotros creemos que, efectivamente, lo que hay que hacer es una reforma fiscal progresiva, un debate sobre el sistema tributario en el Estado español y en la Comunidad de Madrid que lleve a que paguen más los que más tienen, y además ustedes saben que nosotros sistemáticamente hemos planteado que, desde luego, no es por los impuestos indirectos por donde hay que hacer la reforma, que no hay que subirlos, porque los impuestos indirectos son los que pagamos todos por igual, tengamos más o tengamos menos.

En cualquier caso, el debate debe ser más amplio. Creemos que son muchos los sectores que hoy están sufriendo una debacle por lo que tiene que ver la política impositiva del Partido Popular en España y en la Comunidad de Madrid, y creemos que es un debate que ya hemos tenido en más de una ocasión en esta Comisión y que seguiremos teniendo. No obstante, nosotros votaremos a

favor, porque también creemos que cuando un sector se moviliza y exige que se le visualice es para escucharlo. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Antes de proceder a la votación, quisiera saber si hay alguna sustitución en alguno de los Grupos Parlamentarios. (*Denegaciones.*) Para conocer si el Grupo Parlamentario Socialista acepta la enmienda, tiene la palabra su portavoz.

La Sra. **GONZÁLEZ AUSÍN**: Gracias, Presidente. Nuestra propuesta es la de las asociaciones; por lo tanto, no podemos –vuelvo a decir– aceptar lo que ha planteado el Partido Popular. No es una discrepancia con la palabra reconsiderar, señorías; simplemente, ustedes la condicionan a la reforma fiscal...

El Sr. **PRESIDENTE**: Señoría, simplemente solo tiene que sí o no; el debate ya ha tenido lugar.

La Sra. **GONZÁLEZ AUSÍN**: Sí, Presidente. Simplemente me gustaría decirle una cosa al portavoz de UPyD. Decía que no estaba de acuerdo con los retoques, ¿y sí está de acuerdo con el retoque de julio de 2012?

El Sr. **PRESIDENTE**: Gracias. Procedemos a la votación.

*(Efectuada la votación, quedó rechazada la proposición no de ley por 7 votos a favor y 11 votos en contra).*

Dado que la persona que ha de responder la pregunta correspondiente al siguiente punto del orden del día no ha llegado, hacemos un receso de cinco minutos.

*(Se suspende la sesión a las diez horas y cuarenta y nueve minutos).*

*(Se reanuda la sesión a las diez horas y cincuenta y cinco minutos).*

El Sr. **PRESIDENTE**: Reanudamos la sesión de la Comisión con el segundo punto del orden del día.

**PCOC-266/2014 RGE.1375. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Eustaquio Jiménez Molero, diputado del Grupo Parlamentario Socialista en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre las razones que han seguido en la Comisión de Precios, como órgano colegiado de asesoramiento y consulta del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, para aprobar la propuesta de tarifas fijas del servicio de auto taxi, previamente aprobado por el Ayuntamiento de Madrid, en defensa de las personas consumidoras, al margen de las fijadas por los contadores y taxímetros de los citados vehículos del servicio público de taxi de la ciudad de Madrid.**

La pregunta es a iniciativa del señor Don Eustaquio Jiménez Molero dirigida al Gobierno. En este caso, va a responder a la pregunta la Directora General de Consumo, a la que aprovecho para dar la bienvenida una vez más y agradecerle su presencia y la atención hacia los parlamentarios de esta Comisión. Tiene la palabra del señor Jiménez Molero.

El Sr. **JIMÉNEZ MOLERO**: Muchas gracias, señor Presidente. ¿Qué razones han seguido en la Comisión de Precios, como órgano colegiado de asesoramiento y consulta del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid, para aprobar la propuesta de tarifas fijas del servicio de auto taxi, previamente aprobado por el Ayuntamiento de Madrid, en defensa de las personas consumidoras, al margen de las fijadas por los contadores y taxímetros de los citados vehículos del servicio público de taxi de la ciudad de Madrid?

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Tiene la palabra la señora Directora General de Consumo.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Pérez Merino): Gracias, señor Presidente. Siento la afonía que tengo. Señorías, como ya tuve ocasión de informarles en mi comparecencia del pasado 10 de marzo, la Comisión de Precios es un órgano colegiado que actualmente se encuentra integrado dentro de la estructura del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid. Entre las funciones que tiene atribuidas, le corresponden en particular la aprobación de los precios autorizados de ámbito autonómico, en virtud de lo dispuesto en el Reglamento de la Ley de Protección de los Consumidores y el Real Decreto Ley 7/1996, de 7 de junio, sobre Medidas Urgentes de Carácter Fiscal y de Fomento y Liberalización de la Actividad Económica. Precisamente, entre los precios autonómicos que deben ser autorizados por la Comisión, se encuentran los referidos al transporte urbano de viajeros.

En cuanto a la composición de la Comisión de Precios, está integrado por el Presidente, que lo será el titular de la Dirección General de Consumo o persona en quien delegue; seis vocales: uno que debe ser necesariamente empleado público con competencia en materia de comercio; un secretario, que también tiene que ser empleado público. También podrán participar en el seno de esta Comisión expertos de reconocido prestigio en materia de consumo. Los vocales son designados por el pleno del Consejo de entre sus miembros y su composición se ajusta a criterios de proporcionalidad: dos vocales en representación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, en este caso de la Dirección General de Comercio y de la Dirección General de Transportes, Infraestructuras y Vivienda; un vocal representante de las asociaciones de consumidores; un vocal representante de las organizaciones empresariales; un vocal representante de las organizaciones sindicales y un vocal representante de los municipios. Para la adopción de los acuerdos válidos por parte de esta Comisión se requiere la mayoría de los presentes, dirimiendo, en caso de empate, el voto del presidente. Asimismo, al ser la Comisión de Precios un órgano colegiado se rige supletoriamente, en cuanto a su funcionamiento, por las normas contenidas en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre.

Vuelvo a insistir en la estructura y funcionamiento de esta Comisión de Precios, puesto que es una composición plural y heterogénea, con representantes de consumidores, de empresarios, de la Administración Pública y de los sindicatos. También quiero insistir en el respeto al procedimiento en las decisiones que se adoptan por mayoría, en las que residen las razones que motivaron la aprobación del régimen tarifario aplicable al servicio de autotaxi en el área de prestación conjunta de Madrid para el año 2014. Ya le dije a S.S. en mi anterior comparecencia sobre el tema que el Gobierno de la Comunidad de Madrid respeta escrupulosamente el trabajo de los órganos integrados en su estructura, siempre que sus decisiones sean conformes a derecho, como es este caso.

Ahora bien, en la aprobación de este régimen tarifario no solo se respetaron las normas procedimentales sino que, además, se adoptaron una serie de medidas adicionales que, por mi parte, se consideran más convenientes. Así, cuando en la Comunidad de Madrid se recibió la resolución de 18 de octubre de 2013, de la Dirección General de Sostenibilidad del Ayuntamiento de Madrid, proponiendo la aprobación del régimen tarifario citado, yo, como presidenta de la Comisión de Precios, solicité a la Consejería de Transportes, Infraestructuras y Vivienda un informe previo que permitiera, tanto a mí -como Presidenta de la Comisión- como al resto de los miembros de la misma, adoptar una decisión con un criterio solvente y fundado; informe que, además, venía a complementar la memoria económica que formaba parte del expediente elaborado por el Ayuntamiento de Madrid y que, a lo largo de sus 28 hojas, justificaba la idoneidad por parte del Ayuntamiento de la propuesta elevada. Este informe de la Dirección General de Transportes, de 15 de noviembre de 2013, junto con la memoria económica que acompañaba la propuesta, tenía como fundamental objetivo facilitar a los miembros de la Comisión de Precios la emisión de su voto personal, aportándoles el conocimiento especializado y, por tanto, más completo posible sobre el tema que se estaba debatiendo y que resultó aprobado, insisto, por mayoría.

La votación se desarrolló en los siguientes términos: seis miembros de la Comisión votaron a favor: los tres representantes de la Administración, el representante de CEIM, el representante de la Federación de Municipios y el experto. Hubo solamente un voto en contra y una abstención por parte de la asociación de consumidores. El voto en contra del representante de Comisiones Obreras venía motivado, según él mismo hizo constar, en su oposición a cualquier subida de tarifas en una situación de crisis económica. Sobre el contenido concreto de su propuesta, su oposición a la implantación de la tarifa fija al aeropuerto se debía a que beneficiaba, según señalaba él, principalmente al turista y no a los madrileños. Por tanto, como les decía, el asunto quedó aprobado por mayoría, con seis votos a favor -insisto- y solamente un voto en contra. Gracias, señorías, señor Presidente.

El Sr. **PRESIDENTE**: Gracias, señora Directora General. Tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Socialista.

El Sr. **JIMÉNEZ MOLERO**: Muchas gracias, señor Presidente. Señora Directora General, agradezco su presencia en la Comisión y deseo una pronta mejoría a su voz, no a sus argumentos. Saludo a don Santiago Simón y don Alfredo Alonso, secretarios de la Federación Profesional del Taxi de Madrid, y a los profesionales del taxi Ernesto Morcillo, Alberto Matas y Manuel Sánchez.

Le pregunto por tres veces: ¿estaban seguros los miembros de la Comisión de Precios del Consejo de Consumo que aprobaron la nueva actualización de tarifas de que se ajustaba a las normas vigentes? Le pregunto otra vez: ¿estaban seguros los miembros de la Comisión de Precios del Consejo de Consumo que aprobaron la nueva actualización de tarifas de que se ajustaba a las normas vigentes? Y por tercera vez: ¿estaban seguros los miembros de la Comisión de Precios del Consejo de Consumo que aprobaron la nueva actualización de tarifas de que se ajustaba a las normas vigentes? Yo no le he preguntado lo mismo que la vez anterior. La vez anterior le pregunté sobre la opinión respecto a la aprobación de la estructura tarifaria, y nos soltó las funciones y la composición, que no vienen a cuento, señora Directora General.

Usted nos dijo que había un informe favorable de la Dirección General de Transportes. Es cierto, pero ¿había un informe favorable de la Dirección General de Industria, que afecta a los taxímetros? ¿Conoce las causas que motivaron el retraso de su puesta en vigor del 20 de diciembre al 7 de enero, señora Directora General? ¿Salvaguardaron los derechos de los consumidores respecto a la información y lo que supone su aplicación? ¿No piden al Ayuntamiento de Madrid que informe a los usuarios que utilicen el taxi llevándolo en los vehículos? ¿Sabe usted que esa aprobación fue contra la normativa, contra los usuarios y contra los profesionales, y que la aplicación no es posible y que abre vías de fraude? ¿Sabe usted que los profesionales, la asociación profesional del taxi, y la asociación de usuarios, han recurrido ante los tribunales estas tarifas fijas? Son legales pero, en cambio, la ordenanza se quiere cambiar con estas tarifas.

Le pregunto otra vez tres veces para ver si responde, porque normalmente se va por los cerros de Úbeda: ¿dónde están las nuevas tarifas 4 y 5 en la propuesta aprobada por los asistentes a la Comisión? Aquí dice: estructura tarifaria: tarifa 1, 2 y 3. ¿Dónde están las nuevas tarifas 4 y 5 en la propuesta aprobada por los asistentes a la Comisión de precios? ¿Dónde están las nuevas tarifas 4 y 5 en la propuesta de aprobación de los asistentes a la Comisión de Precios?

Mire, señoría, hay un estudio del aula del taxi -por cierto, tal vez debería comparecer, igual que la Federación Profesional- que explica que la tarifa técnica es la distancia y el tiempo. ¡Únicamente, señoría! Y, como es la distancia y el tiempo, hay un vídeo que prueba un fallo en los taxímetros de Madrid que permite abusar del cliente. Un error en la configuración de la nueva tarifa creada por Botella -me refiero a la Alcaldesa- para ir al aeropuerto da pie a momentos de tensión en las cuatro terminales. Ir a Barajas -por el interior de la M-30- sale por 30 euros. Pero muchos taxímetros siguen corriendo, como evidencia el vídeo al que "vox populi" hemos tenido acceso. El Ayuntamiento de Madrid rechaza que se produzcan incidencias relativas a la carrera, pero los pasajeros y algunos conductores se sublevan. Existen medios, que recogió una grabación del Presidente de la principal asociación de taxistas, leal a la alcaldesa Ana Botella, en la que se explican cómo ganar más dinero a costa del viajero. ¿Esto, señoría, cuando lo aprobaron lo sabían? ¿Sabían quienes lo aprobaron que estaban beneficiando, y a quién? Porque no benefician a los consumidores, no benefician a los profesionales, se abren puertas al fraude. ¿Qué estaban haciendo? La Comisión de Precios no debía haber aprobado algo ilegal e inaplicable que desprotege, que desprotege a quienes tienen que proteger, que son los consumidores, que no la pueden aplicar bien los profesionales, cuya

inmensa mayoría está en contra. En las encuestas de la gremial han demostrado que están en contra. La competencia desleal, el intrusismo. ¡Hay alarma en el sector! Se ha generado una alarma donde no la había. ¿Sabe usted que hay una orden ministerial del 28 de julio en la que cual se dice que los taxímetros deben funcionar solamente por horario de arrastre y arrastre por kilómetro?

El Ayuntamiento de Madrid ha creado un problema para cerca de un millón de ciudadanos que viven en el interior de la M-30, que son usuarios de un servicios público, así como la inmensa mayoría de los 23.000 profesionales del taxi que tienen licencias, señorías.

¿La Comisión de Precios ha sido consciente o inconsciente y ha pretendido legitimar una medida irregular, injusta e imposible de aplicar con la mayoría que representa a las unidades del Gobierno de esta Comunidad que ha vulnerado la normativa aplicable, por supuesto, de mayor rango que la petición de actualización de tarifas? Vulneración de la ordenanza municipal: el artículo 42; el artículo 52: que se expenderá un recibo que los usuarios elegirán el recorrido. Sin embargo, en las instrucciones de siete folios, se indica cinco veces que se va a extender dos ticket. Eso es ilegal, señora Directora General. Suponíamos que cuando han leído el artículo 54, que dice que es un ticket, habían entendido que cuando interpretan que son dos ticket es que es ilegal. El artículo 65.7: es una fracción grave cuando no se permite que vaya un vehículo completo, y la sanción es de tres a seis meses. Los profesionales que no lo apliquen ahora, que tienen que coger a tres y les llevan a trayectos diferentes, tienen que hacer tres tickets? ¿Cree usted que los profesionales están cumplimiento, aunque quieren, voluntariamente, hacerlo bien? ¿Que quienes quieren aplicar o pueden estén facilitando el fraude y el abuso a los consumidores? ¡Que este Gobierno tiene que proteger! Los derechos de los consumidores se marcan en un reglamento aprobado y promulgado por el Gobierno popular de la Comunidad de Madrid en sus artículos 37, 38.2, 45, 46, sobre la elección del itinerario. ¿Sabe usted que la normativa da explicación del Ayuntamiento de Madrid -que, por cierto no lo pone- respecto a los derechos del viajero, dice que tienen derecho a elegir recorrido que considere más adecuado y, sin embargo, la aplicación dice que no. ¡Se está haciendo una interpretación que va en contra de los derechos de los usuarios del servicio público de taxi para obtener un ticket del servicio que contenga los datos mínimos establecido en el artículo 22 de la Ordenación de Regulación del Taxi! ¡Y se les pueden dar dos! Señorías, esto es lo recoge la página web del Ayuntamiento de Madrid.

El Sr. **PRESIDENTE**: Señoría, tiene que ir terminando.

El Sr. **JIMÉNEZ MOLERO**: Voy terminando. Muchas gracias, señor Presidente.

Mire, los derechos de los consumidores y usuarios están recogidos en una ley, que dice: "Los derechos de los consumidores y usuarios serán protegidos prioritariamente cuando guarden relación directa con productos o servicio de uso o consumo común ordinario y generalizado." ¿Le parece poco generalizado el servicio de taxi?

Miren, señorías, y señora Directora General, han cometido el error de dar el visto bueno a una aprobación de precio que va contra los profesionales, contra los usuarios y en contra de ley. No tiene mayor rango una comisión de precios para aprobar unos precios, por mucha mayoría que lo

haga. Quizá por desconocimiento, señoría, ¿pero cabe mayor torpeza que la implantación de una tarifa ilegal, perjudicial para los consumidores y usuarios del taxi y además perjudicando económicamente y de manera injusta a los vecinos que han de proteger sus derechos, el derecho a la información? ¿Tienen los siete folios todos los profesionales para dárselos a esos usuarios cuando cogen un servicio de taxi del aeropuerto o desde el interior de la M-30?

Termino. Han producido un cambio tarifaría que provoca un cambio normativa, sin tener rango de norma, y ha sido legalmente legitimado por un órgano de la Comunidad de Madrid, como es la Comisión de Precios del Consejo de Consumo de la Comunidad de Madrid.

Finalmente, le tengo que decir que legislar es fácil, pero legislar justamente es imprescindible, y ustedes no han legislado, pero han legitimado algo que era manifiestamente injusto. Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Tiene la palabra la señora Directora General. Le recuerdo que ha consumido casi nueve minutos en la primera intervención; por lo tanto, le ruego la mayor brevedad posible.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Pérez Merino): Gracias, señor Presidente. Señor Jiménez, insisto en decirles lo que es la Comisión de Precios y cuál es el procedimiento, porque eso es fundamental. El ataque fundamental que hace usted al acuerdo de la Comisión de Precios es que fue ilegal, y algo es ilegal cuando vulnera una ley, una norma en concreto. Usted dice que es ilegal, pero no me señala qué normas, qué artículos, se están vulnerando. Entonces, me parece un poco arriesgado hablar de que algo es ilegal sin concretar exactamente en qué es ilegal.

Me pregunta que si los miembros de la Comisión sabían que estaban aprobando algo ilegal. Yo no estoy dentro de sus cabezas para saber lo que opinaban, pero estoy segura de que no pensaban que era ilegal porque, si no, no hubiéramos aprobado algo, a sabiendas, ilegal, porque eso es una cosa muy grave. Insisto: hablar de que algo es ilegal yo creo que requiere cierto rigor, y me gustaría saber exactamente qué disposiciones legales y qué artículos de esas disposiciones se están vulnerando para hacer el acuerdo ilegal.

El expediente llegó aprobado por el Ayuntamiento. El Ayuntamiento valoraría, en su trabajo, la oposición o no del sector del taxi, que usted también quiere traerlo sobre la propia Comisión de Precios, si bien esta no tiene relación con los sectores profesionales, aunque sí se les invitó a las sesiones de una forma absolutamente graciable para que ellos pudieran explicar, y no estábamos obligados a hacer eso; por tanto, no le admito que usted dé una imagen de que la Comisión de Precios allí nos sentamos y se aprobó sin estudiar, sin mirar, una cosa ilegal. Eso no fue así, señoría.

El Sr. **PRESIDENTE**: Tiene que ir terminando, por favor.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Pérez Merino): Usted también nos achaca que pedimos el informe de Transportes pero no el de Industria. El informe de Industria, que yo sepa,

no es preceptivo ni vinculante, ni está en ninguna norma. Se pidieron los informes que se consideraban oportunos que se tenían que pedir.

Usted habla de una serie de argumentos, incluso habla de un vídeo, y de todos los desastres que están pasando con la aplicación de las nuevas tarifas. Mire usted, la Dirección General de Consumo no es competente para resolver las reclamaciones de los consumidores en materia de transportes porque sabe que eso corresponde a otra Consejería, pero hay veces que los consumidores mandan a Consumo cosas que no son nuestras y las remitimos al órgano competente. Pues bien, desde que las tarifas están en vigor, no se ha recibido una reclamación ni una llamada de teléfono de ningún consumidor para decirnos que expliquemos las tarifas. Entonces, crear alarma sobre un problema como el que todos los consumidores de taxis están en un maremágnum de irregularidades me parece un poco irresponsable.

El Sr. **PRESIDENTE**: Tiene que terminar ya, señora Directora General.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DE CONSUMO** (Pérez Merino): Y le insisto: ni una llamada ni una reclamación. Por cerrar, el acuerdo se adoptó estrictamente siguiendo las normas procedimentales, y no es algo ilegal, y para todo lo que ustedes plantean que tiene que ver con la aplicación de ese acuerdo deberán dirigirse a los órganos competentes que tienen que velar, efectivamente, por la debida aplicación. Nada más, señorías. Gracias, señor Presidente, y disculpe.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señora Directora General. Pasamos al siguiente punto del orden del día, y para ello rogaría a la persona que, en representación del Gobierno, va a atender la siguiente pregunta, que es el Director General de Comercio, ocupe su puesto en la mesa. *(Pausa.)* En primer lugar, doy la bienvenida al Director General de Comercio, que va a atender las preguntas que van a formular SS.SS. en los siguientes puntos. Siguiendo punto del orden del día.

**PCOC-37/2014 RGEP.578. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Luis Velasco Rami, diputado del Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, se pregunta cuáles son los principales elementos integrantes de la campaña "Madrid destino 7 estrellas".**

Para la formulación de su pregunta, tiene la palabra don Luis Velasco por el Grupo Parlamentario Unión Progreso y Democracia.

El Sr. **VELASCO RAMI**: Muchas gracias, señor Presidente. Muchas gracias, señor Director General, por su comparecencia. Mi pregunta es para solicitar información sobre los principales elementos integrantes de la campaña "Madrid destino 7 estrellas". Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Director General.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO** (Martín Martín): Muchísimas gracias, señorías. Ya en mi comparecencia del pasado 10 de febrero tuve ocasión de exponer a SS.SS. las principales líneas de actuación en materia de promoción comercial. En concreto, en primer lugar, la idea de posicionar a la Comunidad de Madrid como un referente en turismo de compras; en segundo lugar, potenciar la utilización de las herramientas basadas en la denominada promoción "on line", optimizando los recursos presupuestarios al menor coste posible. Ambos elementos son los que han configurado, señoría, la campaña "Madrid destino 7 estrellas". Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Tiene la palabra el señor Velasco.

El Sr. **VELASCO RAMI**: Muchas gracias, señor Director General. Tengo algunas dudas, y se las voy a ir exponiendo. Mis fuentes de información son la web de la Comunidad "madrid.org" -y, concretamente, información práctica, campaña "Madrid destino 7 estrellas"- y una nota de la Dirección General de Medios de Comunicación-Oficina de Comunicación. Esas son mis fuentes de información, y yo tengo algunas dudas, algunos vacíos, que me gustaría comentarle, señor Director General.

Primero, coincido con ustedes -entiendo que es así- en que, cuando ustedes desarrollan y llevan a cabo esta campaña -aunque su respuesta me ha parecido absolutamente sucinta, esperemos que la siguiente sea más amplia; no es una crítica, es una observación-, prestan atención a dos temas que me parecen importantes: primero, la importancia del turismo en la economía española y en la Comunidad de Madrid, en la cual el peso del sector servicios y dentro del mismo, del sector turístico es muy importante; y, segundo, prestan atención -y eso me parece adecuado- a un país emisor importante como es la República Popular China, en la cual aproximadamente, según las estadísticas más recientes, hay unos 300 o 400 millones de habitantes que están en situación -digamos- de clase media y que están empezando a salir fuera en viajes turísticos. Es conocida -por lo menos, así hay diversos estudios- la afición de los ciudadanos chinos a las compras y al juego -entre paréntesis-. Dicho lo cual, me parece bien ir con la moral alta, pero el título de la campaña "Madrid destino 7 estrellas: la mejor tienda del mundo"... Bueno, tengo mis dudas de que sea la mejor tienda del mundo. Me da la impresión de que incluso en ciudades chinas como Beijing y Shanghái hay una oferta de lujo mayor que en la Comunidad de Madrid; pero, en fin, no voy a discutir ese tema porque me parece bien ir con la moral alta para empezar una campaña.

Segundo punto. La campaña, de acuerdo con la información que yo tengo, ha empezado hace poco, concretamente en octubre de 2013; por eso entiendo que seguramente las observaciones o conclusiones que usted tiene serán bastante provisionales. Digamos que el tiempo es excesivamente corto como para sacar conclusiones.

Tercer punto. Veo que la campaña, efectivamente, está basada en dos elementos: campaña "on line" en origen y campaña "off line" en destino, y tengo algunas preguntas que hacerle. Sobre la campaña "on line" he entrado a ver el vídeo, que, obviamente, está en chino -en mandarín para ser más exacto-, y no tengo nada que comentar porque, evidentemente entiendo que será un vídeo amistoso y fácil de manejar, y me parece interesante. Veo que, efectivamente, el vídeo de la campaña

–y por eso entiendo que esté situado no en Turismo, dentro de la Comunidad de Madrid, sino en Comercio- está configurado como un elemento estrictamente comercial, y por eso toda la publicidad, con respecto a los posibles visitantes chinos, está basada a presentar Madrid –y eso se ve en el vídeo, no hace falta entender el lenguaje- estrictamente en el tema del comercio, y más exactamente, en el comercio de lujo dentro de Madrid, descuidándose –porque seguramente no es el objetivo, y por eso pasa a Comercio y no a Turismo dentro de la Comunidad de Madrid- otra serie de activos muy importantes que tiene Madrid y la Comunidad de Madrid como los temas culturales, etcétera, etcétera. Seguramente es bueno que el “target”, que el objetivo, esté perfectamente definido, y en este caso es fomentar el consumo de los turistas chinos en productos de lujo. El resto de comercio no entra en la campaña, me parece; con lo cual, no voy a decir que es una campaña elitista pero –repito- está perfectamente claro que el objetivo de la campaña es el consumidor chino de productos de lujo y se presenta en un vídeo muy atractivo; atractivo en muchos sentidos, como se ha visto: dos compradores chinos muy a la moda y muy elegantes.

Cuarto punto. Ustedes dicen aquí: la estrategia promocional “on line” “Madrid destino 7 estrellas” ha obtenido resultados muy satisfactorios y adjunta una serie de cifras. No dudo de ellas, por supuesto; pero le pregunto: ¿quién gestiona este vídeo y las visitas que hay? Entiendo, y le ruego que me lo aclare, si lo hace la propia Dirección General o está externalizado en una empresa - entiendo que será así- que les pasa a ustedes información sobre cuáles son las visitas, los impactos que tiene la campaña “on line”, etcétera. Leo textualmente: a la vista del gran impacto que ha supuesto esta campaña, las acciones para este año 2014 se basarán en la consolidación de la estrategia “on line”; si usted me puede informar de cuáles son esas acciones para este año 2014, porque estoy seguro de que están definidas y ya trabajándose, me parecería de interés.

Dentro de la estrategia en destino, en este caso en Madrid, se prevé también otra serie de iniciativas que me han llamado la atención: rutas comerciales “premium” para turismo chino; presentación del tren “prestige” “Madrid destino 7 estrellas”: viaje a bordo de un singular tren que realizará un viaje alrededor de Madrid y con destino en un eje comercial de referencia en la campaña. Eso no lo entiendo. ¿Es un viaje alrededor de Madrid en un tren? ¿Entra en Madrid el tren y va a la calle Serrano? ¿Es un trenecito? No he entendido exactamente lo que es eso. También irán al mercado de San Antón, etcétera; me gustaría que me lo aclarase exactamente porque quizá eso ya está en funcionamiento o, en cualquier caso, dadas las fechas, en un proyecto muy avanzado.

El Sr. **PRESIDENTE**: Tiene que ir terminando, señoría.

El Sr. **VELASCO RAMI**: Muy rápidamente entonces, una última observación, y es precisamente la campaña en origen. Habla de una presencia de la Comunidad de Madrid en la feria “China outbound travel and tourism market” para promocionar la región; feria que ha tenido lugar en Beijing del 9 al 11 de abril. Me gustaría saber si tienen ustedes –estoy seguro de que sí- realizado un informe. Una participación en una feria es un tema muy complicado, especialmente en un país muy complicado como es China; requiere una experiencia de gestionar, de aprovechar y de evaluar cuáles son los resultados obtenidos; es decir, se trata de utilizar el dinero de la mejor manera posible. Estoy

seguro de que ustedes tienen hecho un informe, que seguramente habrá hecho la firma Chinese Friendly, con la que tienen ustedes un acuerdo, sobre cómo ha ido la feria: la preparación y sobre todo la evaluación; es decir, cuáles son los resultados en términos de coste-beneficio. ¿Han participado con Turespaña? ¿Han ido por su cuenta? Ese tipo de cosas me interesa porque, evidentemente, todo lo que sea concentrar esfuerzos y que no vayan separadamente las comunidades autónomas o las ciudades me parece absolutamente indispensable.

Termino con esto. Como decía el conocido escritor catalán Josep Pla cuando visitó Nueva York por primera vez y vio aquel derroche: ¿y esto quién lo paga? Pues, ¿y esto quien lo paga? ¿Cuánto es el presupuesto? Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Tiene la palabra el señor Director General de Comercio.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO** (Martín Martín): Muchas gracias, señor Presidente. Gracias, señoría, por sus palabras porque, efectivamente, la campaña ha supuesto mucha dedicación, mucho trabajo y me alegro de que, en términos generales, la comparta y esté de acuerdo con los objetivos de la misma.

Una primera cuestión que querría dejar de manifiesto a SS.SS. es que, efectivamente, la campaña, como cualquier campaña, necesariamente tiene que definir un "target", tiene que definir un objetivo, y ese objetivo es el turismo de lujo que gasta en Madrid más de 900 euros; un 30 o un 40 por ciento de media por encima de lo que gasta el turista fuera de la Unión Europea en nuestra ciudad. No quiere decir que el resto del comercio quede al margen de las acciones promocionales de la Dirección General de Comercio sino que existen otros instrumentos promocionales que se dedican a ese comercio más de proximidad o más de barrio como, por ejemplo, la campaña "Compras Madrid", etcétera, pero que no es el objetivo razonable de esta campaña.

En segundo lugar, le quería mencionar cómo se gestiona. Concretamente se gestiona a través del fondo que corresponde al Plan Integral de Apoyo al Comercio Minorista 2013-2014 que impulsa el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, a través de un convenio de la Secretaría de Estado de Comercio con el Consejo Superior de Cámaras y con las comunidades autónomas y las cámaras de comercio, en este caso la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid. Además, participan de forma desinteresada una serie de "partners"; entre ellos, el Real Madrid Club de Fútbol, UnionPay, Cámara de Comercio de España en China, Chinese Friendly, Premier Tax Free, Global Blue, Metro de Madrid, Renfe Cercanías, etcétera. Todos ponen bien sus soportes publicitarios, bien sus elementos promocionales, al servicio de la campaña sin coste para la Comunidad de Madrid; sin coste, por lo tanto, para los programas presupuestarios de la Comunidad de Madrid al servicio de esta campaña.

Sí querría decirle el porqué de ese turismo en particular. Según los datos de Global Blue – que es una empresa reconocida en este sector-, Madrid se ha definido -y seguro que S.S. lo conoce debidamente- como la segunda ciudad mejor valorada para gastar, por delante de Barcelona, de

París, de Roma o de Berlín, con una potencialidad de gasto en turismo de lujo de entre 800 y 1.000 millones de euros. El 82 por ciento de los viajeros chinos consideran que el "shopping", el comprar, es un elemento esencial determinante en sus viajes, y aproximadamente el 25 por ciento del gasto mundial en compras en el mercado de lujo procede del visitante chino, algo que en los años venideros se elevará hasta el 50 por ciento. En la actualidad, España –venía hoy en la prensa- ocupa el quinto lugar en consumo, con aproximadamente unos 157 millones de euros de gasto de este tipo de turismo y una cifra de apenas 200.000 o 250.000 turistas chinos, muy por detrás de otras capitales europeas y de otros países como, por supuesto –ya hemos citado algunos-, es el caso de París o el caso de Milán. El horizonte, además, del turismo emisor chino para el año 2016 es de más de 76 millones de viajeros y, por lo tanto, nos hace centrarnos en ese objetivo.

Preguntaba S.S. qué hemos conseguido. Con la web y el vídeo –una web desarrollada precisamente con dominio "cn" y en chino mandarín simplificado, que es la lengua predominante en China- hemos pretendido, por primera vez, crear un producto turístico –entre comillas-; es decir, el vender el comercio como un producto turístico. Existían productos turísticos gastronómicos, culturales o museísticos, pero el comercio en sí, el "shopping", siempre había sido un elemento complementario de otros productos turísticos. Pues bien –por eso lo decía S.S. con muy buen criterio-, la Dirección General de Comercio ha adoptado esa iniciativa y por primera vez crea un producto turístico –en coordinación con la Dirección General de Turismo pero liderado por la Consejería de Economía y Hacienda y por la Dirección General de Comercio- que pone en valor el comercio de Madrid, los dos ejes comerciales que aparecen en la campaña, como producto turístico de primer nivel.

Mencionaba S.S. muy por encima las líneas estratégicas de la campaña. Efectivamente, existe una estrategia "on line". ¿Por qué "on line"? Porque el mercado digital chino está en plena explosión, en plena expansión: más de 618 millones de internautas a 31 de diciembre de 2013, 500 millones de usuarios de dispositivos móviles, 300 millones de compradores "on line" y 700 millones de dispositivos inteligentes. En definitiva, es algo que nos hacía plantearnos que teníamos que incidir especialmente en este sentido, aparte de los costes, lógicamente, que se reducen mucho con una estrategia "on line". Para ello, se ha creado la web "www.madrid-gouwu.cn", que quiere decir compras Madrid precisamente –ya hemos mencionado algunos de sus contenidos-; se ha creado un posicionamiento estratégico en el buscador Baidu –es el Google chino, podríamos decir-, con una cuota de mercado del 77,6 por ciento en China y con más de 100 millones de búsquedas diarias en China; se ha creado también publicidad en Baidu y mediante "banners" de lujo en agencias de viaje, revistas del sector del lujo, portales de moda, etcétera. También una presencia muy activa mediante perfiles en las principales redes sociales –los chinos son extremadamente activos en las redes sociales-; concretamente en redes sociales como QQ, Qsoon o Youku, que es la segunda página de vídeos más importante del mundo después de Youtube. Se ha creado también una actualización permanente de esa página web a través de dos "bloggers" chinos que permanentemente crean opinión sobre los ejes comerciales o sobre la oferta comercial de Madrid, siendo la página gestionada por un "community manager" chino; se ha creado el famoso vídeo promocional que S.S. ha mencionado, y además acabamos de cerrar un acuerdo con AENA para, de forma también gratuita, exponerlos en las nuevas salas de la T-4 en los "videowall" de las salidas y llegadas a nuestro aeropuerto.

El Sr. **PRESIDENTE**: Señor Director, tiene que ir terminando.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO** (Martín Martín): Un minuto, señor Presidente, voy terminando. La parte de estrategia of line en destino se ha centrado fundamentalmente en campañas promocionales, en soportes promocionales en las estaciones de AVE de Barcelona, Sevilla, Valencia, Málaga; en las estaciones de Cercanías de Madrid-Atocha; en las líneas de metro y de autobuses urbanos, particularmente en la línea del aeropuerto; en las revistas más importantes, como pueden ser: "Welcome to Madrid", en "Ronda Iberia" o en "Taxi Magazine"; la creación de más de 100.000 unidades de folletos, etcétera.

En definitiva, es una estrategia muy amplia, muy pensada; el impacto -no quiero insistir por no consumir más tiempo- lo tiene S.S. recogido en la página web de la Comunidad de Madrid. Efectivamente, entre esas acciones para el año 2014, aparte de seguir insistiendo en esta campaña "on line" y en esta estrategia "of line", también vamos a reforzar -a través de la colaboración con la oficina de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid y con la oficina Tour España que tienen en Shanghái, la participación en ferias, aparte de esta que ha tenido lugar, la feria COTTM, la China Outbound Travel & Tourism Market, donde se hizo la presentación de la campaña a más de 40 tour operadores.

Concluyo, señor Presidente, en el próximo mes de octubre vamos a participar en la feria más importante de turismo del mundo, que es la feria CITM, en Shanghái, donde se presentará, en colaboración, como digo, con la oficina de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid en Shanghái, la campaña ante más de 300 tour operadores en China. Nada más y muchísimas gracias, señor Presidente.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Director General. Pasamos al siguiente punto del orden del día.

**PCOC-504/2014 RGEF.3797. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª Rosalía Gonzalo López, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre balance de las actuaciones desarrolladas por el Gobierno Regional para potenciar al sector artesano.**

Tiene la palabra doña Rosalía Gonzalo López para la formulación de su pregunta.

La Sra. **GONZALO LÓPEZ**: Gracias, señor Presidente. Señor Director General, ¿cuál es el balance de las actuaciones desarrolladas por el Gobierno regional para potenciar el sector artesano?

El Sr. **PRESIDENTE**: Gracias, señoría. Tiene la palabra el Director General de Comercio.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO** (Martín Martín): Muchas gracias, señor Presidente. Señorías. Muchas gracias, señoría, por su invitación para exponer el balance de las

actuaciones desarrolladas por el Gobierno regional para potenciar el sector artesano. La artesanía forma parte del patrimonio histórico y cultural -y así lo creemos de forma indubitada en el Gobierno regional- como una forma de actividad económica y además por ello interviene activamente en el desarrollo del tejido productivo de la región. En nuestra Comunidad, la artesanía constituye un sector económico que, con cerca de 100 oficios artesanos reconocidos institucionalmente supone aproximadamente el 12,5 por ciento del empleo artesano a nivel nacional, lo que posiciona a la Comunidad de Madrid en tercer lugar en cuanto a volumen de ocupación artesanal, con una generación, además, de autoempleo del 27,2 por ciento y una presencia y un total de empresas artesanas de más de 8.200, según los últimos datos publicados por el Ministerio competente de la Administración del Estado.

La singularidad de los cerca de cien oficios que desarrollan los artesanos madrileños supone que en su mayoría se trate de empresas unipersonales generadoras de autoempleo. Por ello, a la tradicional política de apoyo al sector que se ha venido realizando en los últimos años se suma en la presente Legislatura el desarrollo de un programa, del que ya he tenido ocasión de hablar en esta Comisión, como es el Programa "Artesanía es más". Las líneas estratégicas de "Artesanía es más", en cuyo desarrollo está desempeñando un papel muy importante la colaboración público-privada son: en primer lugar, revalorizar la percepción de la artesanía, potenciando su excelencia, su autenticidad y su carácter innovador. En segundo lugar, potenciar la comercialización y proyección internacional de los productos y, en tercer lugar, defender y proteger el uso del término artesanía, difundiendo el "know how" de la artesanía y su valor cultural.

Entre las actuaciones más destacada en el marco de este programa "Artesanía es más" me gustaría destacar, en primer lugar, la organización de una importante exposición itinerante de artesanía contemporánea, a través de la red Itiner, integrada por las obras galardonadas con el primer premio del concurso de pieza única de artesanía durante sus quince ediciones y así ha recorrido 14 municipios madrileños a lo largo del año 2013, lo que nos permitió acercar a los ciudadanos una muestra del trabajo de los talleres artesanos de la región y de la calidad de sus productos.

En segundo lugar, la participación -en colaboración con la Fundación española para la Innovación de la Artesanía, Fundesarte- en Craft & Music, un proyecto innovador que acerca la artesanía al público mediante una serie de videos musicales realizados en talleres artesanos, con más de 4.000 reproducciones en las redes sociales hasta el día de hoy.

En tercer lugar, la participación en los llamados Días Europeos de Artesanía, coincidiendo en fechas los países participantes, que en este año 2014 han sido: España, Francia, Alemania, Bélgica, Hungría, Italia, Letonia, Portugal, Reino Unido y Suiza, que invitan a disfrutar de la artesanía en vivo, mostrando los talleres o enseñando los oficios al público. En esta tercera edición celebrada en 2014 hemos tenido más de 60 actuaciones en Madrid, con cerca de 9.200 visitas durante los tres días de celebración.

En cuarto lugar, para potenciar el conocimiento de los oficios artesanos y fomentar la apertura de nuevos canales de comercialización, se firmó un convenio de colaboración entre El Corte Inglés- Espacio de las Artes y la Comunidad de Madrid para la organización de una exposición temporal de grabadores artesanos. Debido al éxito alcanzado, la exposición fue prorrogada y además trasladada al Corte Inglés de Marbella, donde se expusieron los trabajos de los artesanos madrileños. Para el año 2014 estamos ya trabajando en una nueva exposición que reunirá otros oficios.

En quinto lugar, la apertura de nuevos mercados y la proyección internacional son también objetivos de la Primera Feria Virtual de Artesanía de la Comunidad de Madrid, Crafts Mad, y con esta iniciativa pionera y aprovechando las ventajas que ofrece el uso de las nuevas tecnologías, se ha dado una mayor visibilidad a la artesanía regional, favoreciendo su proyección internacional. Durante sus cinco días de duración se han obtenido cerca de 20.000 visitas de los cinco continentes. Además, a través de las campañas de Google Adwords, han sido casi 15.000 usuarios los que han consultado la feria, con una cifra superior a los 3,9 millones de impactos. La segunda edición está prevista para el próximo mes de octubre, señorías.

En sexto lugar, la promoción comercial de la artesanía regional también es apoyada a través del proyecto "Madrid Destino Siete Estrellas" -sobre el que he tenido ocasión de intervenir hace escasos minutos-, desarrollado para impulsar también la demanda del turismo de compras asiático en el eje madrileño Serrano-Carmen-Preciados.

En séptimo lugar, para impulsar la competitividad y adaptación de la actividad artesanal a las nuevas tendencias de consumo, hemos convocado la primera edición del Premio de Artesanía Comunidad de Madrid, siendo un claro ejemplo de colaboración público-privada. Para ello se ha contado por primera vez con el patrocinio económico de la institución ferial IFEMA y de la Fundación Félix Landa, que han patrocinado cada una de las categorías premiadas.

En octavo lugar, además atendiendo a la demanda del sector, la artesanía regional recuperará un espacio expositivo, como es el Paseo de Recoletos, en nuestra capital, estando prevista la celebración de una primera feria de primavera en este mes de mayo y hasta el próximo mes de junio, fruto de la colaboración de la Dirección General de Comercio con la Junta de Distrito Centro.

En definitiva, todas estas actuaciones se suman además ya a la consolidada Feria de Mercado de Artesanía de la Comunidad de Madrid, que celebró su vigésimo sexta edición, con la participación de más de 170 talleres. Para concluir, señorías, querría señalar que los artesanos madrileños, gracias a estas iniciativas del Gobierno regional, son cada día más competitivos y así, una empresa madrileña ha sido la ganadora del Premio Nacional de Artesanía convocado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, en la categoría producto, a través del aval profesional prestado a su trayectoria por la Dirección General de Comercio. Por tanto, señorías, como conclusión de esta intervención, la calificación del balance o puede ser menos que muy positiva. Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Director General. Tiene la palabra ahora S.S. en su segundo turno de intervención.

La Sra. **GONZALO LÓPEZ**: Muchas gracias, señor Presidente. Agradezco al Director General su detallada respuesta a la pregunta que formuló esta diputada sobre el balance de las actuaciones desarrolladas por el Gobierno regional para potenciar el sector artesano; un sector que, como ha señalado el propio Director General, es importante desde el punto de vista cuantitativo, al extenderse a más de 8.000 empresas artesanas, pero también desde el punto de vista cualitativo, al aglutinar en un centenar de oficios gran parte de nuestra historia, de nuestras habilidades, de nuestra memoria, en definitiva, del alma de Madrid y de los madrileños.

Es precisamente esta doble perspectiva de la artesanía, la relacionada con la economía y la vinculada a la cultura, la que dota de unas características especiales a las políticas orientadas a proteger y a promover el sector; unas políticas que deben mirar hacia atrás para preservar cuantas actividades marcan nuestra historia artesana, pero que deben operar con las nuevas tecnologías del presente y el futuro para incrementar su competitividad; unas políticas centradas en la protección de la artesanía propia de nuestra tierra, pero abierta a nuevos mercados físicos y virtuales como herramientas imprescindibles en una economía cada vez más globalizada; unas políticas que no pueden ni deben ser solo públicas sino que han de buscar la imprescindible colaboración y sinergia con otras entidades privadas y con el propio sector artesanal. Solo la interrelación de estos criterios puede contribuir a dinamizar el sector artesano madrileño, que, sin ánimo de ser exhaustivos, podemos decir que extiende su actividad y muestra sus potencialidades en el ámbito de la industria textil, química, cuero, calzado y vestido, productos metálicos y otras muchas labores manufactureras.

Así lo ha entendido el Gobierno regional, según se desprende de la intervención del Director General de Comercio y de las importantes iniciativas que se llevan a cabo, especialmente en el marco del Programa "Artesanía y más"; un programa eficaz porque viene a dar respuesta a las necesidades reales del sector: difusión de las actividades de los productos artesanos; apertura de los mercados en establecimientos, calles y plazas, pero también en las redes; colaboración con el sector público y privado para aproximar y descentralizar el comercio artesanal, y, finalmente, puesta en valor y reconocimiento de esta actividad profesional, sentando las bases para favorecer el emprendimiento y la generación de empleo.

Efectivamente, con el programa regional "Artesanía y más" se ha pretendido revalorizar y potenciar el sector partiendo de la necesidad de que se conozcan físicamente la calidad y el valor artístico de los productos elaborados artesanalmente en la Comunidad de Madrid. Pero las iniciativas de carácter físico quedarían incompletas y no alcanzarían sus objetivos comerciales y promocionales, si no se complementaran con la ejecución de proyectos de carácter virtual capaces de abrir nuevos mercados en cualquier lugar del mundo. Por eso, los términos añejos que definen nuestros oficios artesanos, como los de cantero, tallista, bronceador o litógrafo deben conjugarse para sobrevivir con nuevas expresiones vinculadas con las tecnologías de la comunicación, como pueden ser twitter o Facebook. Porque, querámoslo o no, lo real sin lo virtual tiene un futuro mucho más difícil. Así lo ha considerado, afortunadamente, el Gobierno regional, según se desprende de las palabras del señor Martín y de las iniciativas desarrolladas en este ámbito, como la difusión a través de las redes sociales de videos realizados en talleres artesanos o la publicación en internet de la actividad artesanal

madrileña en el marco de los "Días Europeos de Artesanía", a lo que se suma la celebración de la Primera Feria Virtual de la Artesanía de la Comunidad de Madrid, con la apertura en un apartado específico de nuestra página web institucional "madrid.org". Por tanto, estas iniciativas, orientadas a potenciar la competitividad a nivel internacional, se han complementado con una medida muy acertada, como es la difusión de la oferta artesanal madrileña en el marco "Madrid destino siete estrellas", que se detallaba anteriormente, destinado al turismo de compras de origen asiático, muy importante desde el punto de vista económico, como se ha expuesto.

Constituye también una medida imprescindible para dinamizar el sector la puesta en marcha de medidas incentivadoras desde el punto de vista creativo, como la convocatoria a la que usted ha hecho referencia de la primera edición del Premio de Artesanía de la Comunidad de Madrid. Además, resulta también incentivador a nivel institucional el programa de ayudas puesto en marcha para los municipios que forman parte de la activa organización de ferias artesanas, que refuerzan el carácter descentralizador e incrementan la corresponsabilidad institucional en las labores de promoción de la artesanía.

La historia económica y social de la Comunidad de Madrid está estrechamente ligada a la artesanía y a los artesanos y buena prueba de ello son los innumerables topónimos que evocan los más diversos oficios repartidos por un sinfín de calles, como Bordadores, Latoneros o la propia Ribera de Curtidores. La artesanía tiene pasado, y así lo acreditan nuestras evocadoras denominaciones; pero también tiene futuro como actividad económica y como ámbito para expresar la creatividad. La artesanía, por tanto, es un referente ineludible de la marca Madrid y, consecuentemente, también de la marca España. Precisamente por ello, el lema principal del programa de la Comunidad en esta materia, según nos ha informado, lleva por nombre "Artesanía y más." Por tanto, y en la consecución de ese plus de valor añadido que son el empleo, la cultura y la producción minuciosa y de alta calidad, la pieza única y diferente capaz de competir y de encontrar su sitio en el mercado frente a la fabricación en cadena y despersonalizada, anima al Gobierno de la Comunidad a seguir apostando por nuestro sector artesanal. Muchísimas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Ya que el señor Director General no quiere hacer uso de su segundo turno de intervención, pasamos al siguiente punto del orden del día.

**PCOC-505/2014 RGE.3798. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Ilma. Sra. D.ª María Gema Sanz Sanz, diputada del Grupo Parlamentario Popular en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre objetivos que persigue el Gobierno Regional con la puesta en marcha de las campañas inspectoras de comercio en 2014.**

Va a responder a la pregunta el señor Director General de Comercio. Para formular la pregunta, tiene la palabra la señora Sanz Sanz.

La Sra. **SANZ SANZ**: Muchas gracias, Presidente. Señor Director General, ¿qué objetivos persigue el Gobierno regional con la puesta en marcha de las campañas inspectoras de comercio 2014?

El Sr. **PRESIDENTE**. Gracias. Tiene la palabra el señor Director General.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE COMERCIO** (Martín Martín): Gracias, señor Presidente. Señorías. Señoría, muchas gracias por el planteamiento de esta pregunta. El pasado mes de abril ya tuve ocasión de comparecer a esta misma Comisión para dar cuenta de las campañas y actuaciones que iban a configurar el plan de inspección de la Dirección General de Comercio del presente año 2014. Por lo tanto, les agradezco la oportunidad que me dan profundizar en los objetivos de dicho plan.

El plan de inspección 2014 tiene como objetivo primordial concienciar a los empresarios del sector comercial de sus obligaciones e informarles de los cambios normativos más recientes que puedan afectarles en el desarrollo de su actividad. La Comunidad de Madrid pretende ante todo que los empresarios y comerciantes conozcan la normativa vigente y con ello no incurran en causa de infracción que pudiera ser sancionable. De esta forma, los empresarios reciben asesoramiento específico en sus propios locales por parte del personal inspector de la Dirección General de Comercio, y en caso de que se detecte algún tipo de incumplimiento, los inspectores de comercio instan al comerciante a la subsanación, o solución en su caso, dicho incumplimiento. Una vez subsanado el incumplimiento, los inspectores de comercio realizan un seguimiento para garantizar la efectividad de esta acción. En la medida en que un mejor conocimiento de la normativa vigente implica no incurrir en conductas infractoras, el plan de inspección 2014 se configura como un elemento más de la política de simplificación administrativa de eliminación de trabas y de reducción de costes para las empresas comerciales de la Comunidad de Madrid.

Dicho esto, señorías, me gustaría exponerles de forma muy breve los principales objetivos y características de las campañas inspectoras para el año 2014, empezando por la campaña que ya ha tenido mención en esta Comisión, pero ya tenemos algunos datos preliminares, y es campaña sobre ventas en liquidación, que se inició el pasado mes de febrero. Hay recordar que la ley regula la venta en liquidación como una venta de carácter excepcional y de finalidad extintiva de determinadas existencias de productos, por lo que únicamente puede realizarse en una serie de casos concretos: cesación total o parcial de la actividad de comercio, cambio de ramo de comercio o modificación sustancial en la orientación del negocio, cambio de local, etcétera. Unas causas tasadas, por lo tanto, por la ley. Ese tipo de ventas tienen, pues, una lógica limitación temporal que hace que su duración máxima no pueda exceder del año. Por ello, desde la Dirección General de Comercio hemos considerado oportuno poner en marcha esta campaña con el fin de informar a los comerciantes del cumplimiento de estos requisitos legales.

El 96 por ciento de los comerciantes no conocían en profundidad la regulación de este tipo de ventas, y en el 47 por ciento de los establecimientos visitados los motivos de la liquidación no se ajustaban a los tasados por la ley.

Una segunda campaña informativa importante que se está poniendo en marcha es la relativa a la venta automática o de "vending" con el objetivo de comprobar si se cumple con lo establecido en la normativa vigente en esta materia. La ley exige que en todas las máquinas de venta automática figure la información relativa al producto y al comerciante que lo ofrece, el tipo de producto que expenden, su precio, identidad del oferente, así como una dirección y teléfono donde se atiendan las posibles reclamaciones, indicándose al mismo tiempo el tipo de monedas que admiten, las instrucciones para la obtención del producto deseado. A fecha de hoy se han detectado algunos incumplimientos relativos a defectos en las indicaciones de identificación y de uso de las mismas -aproximadamente en el 31 por ciento de los casos no aparece la empresa identificada- o los relativos a la indicación del precio del producto o tipo de monedas que admiten -en torno al 25 por ciento de los supuestos-, aunque en general se detecta una muy correcta atención a los consumidores y usuarios, ya que en el 82 por ciento de los casos se ofrece una dirección o teléfono para efectuar reclamaciones y en el 99 por ciento de los supuestos se identifica con claridad el producto que se suministra.

En tercer lugar, se ha desarrollado la campaña sobre los "pop-up stores", o tiendas efímeras, para informar de los requisitos que tienen cumplir estos establecimientos, que son los generales de cualquier establecimiento comercial abierto al público. Además, estamos reforzando la campaña informativa en materia de venta de bebidas alcohólicas, cuyo objetivo es recordar a los empresarios las prohibiciones contenidas en la Ley sobre Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos. Así, a fecha de hoy, se han visitado más de 150 establecimientos, el 80 por ciento corresponden a nuevos establecimientos y el 20 por ciento son establecimientos en los que se observó algún tipo de infracción en la campaña precedente; y de estos últimos, en tan solo seis supuestos se ha constatado la reincidencia en el incumplimiento detectado en la campaña anterior.

Finalmente, la campaña relativa a los horarios comerciales tiene por objeto, que se iniciará próximamente, recordar a los empresarios la obligación de informar al público sobre los días y horarios de apertura y cierre de los establecimientos en un lugar visible, incluso cuando el establecimiento se encuentra cerrado. Esta campaña se iniciará el próximo mes de septiembre, como digo, y se centrará en las principales sedes comerciales de la Comunidad. Gracias a estas actuaciones y otras más que se desarrollan se prevé que los inspectores de la Dirección General visiten durante este año 2014 más de 1.100 establecimientos comerciales, aunque se trata de una estimación que, probablemente, como ya ocurrió en el año precedente 2013, será ampliamente superada.

Para concluir, quiero destacar que todas las actuaciones del personal inspector de la Dirección General de Comercio están teniendo muy buena acogida por parte de todos los empresarios de la Comunidad de Madrid. En definitiva, el objetivo principal del Gobierno regional, con la puesta en marcha de estas campañas inspectoras incluidas en el Plan de Actuaciones 2014, es acercar la Administración al ciudadano, en este caso al empresarios, de forma próxima a sus problemas y

necesidades, y no orientada a intervenir en el mercado o a sancionar directamente sino a garantizar la libertad de empresas y las mayores facilidades para el ejercicio de actividad de los comerciantes. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Director General. Tiene la palabra S.S. de nuevo.

La Sra. **SANZ SANZ**: Gracias, señor Director General, por esta información. Si tuviéramos que calificar esta actuación que están llevando a cabo, yo diría que es una actuación innovadora en la forma de gestión, porque plantea una campaña de inspección que no va dirigida meramente a un ejercicio de examen o a un ejercicio de control, sino a un ejercicio de información a los comerciantes de los cambios normativos que les puedan afectar en el desarrollo de la actividad y, por lo tanto, que les pueden afectar en el balance de su cuenta de resultados. Se evita una sanción, con el perjuicio económico que eso pueda conllevar, y luego se ofrece esa muy importante labor de asesoramiento en sus propios locales, con un plazo de subsanación. Por lo tanto, enhorabuena por este programa que consolida la Comunidad de Madrid como una Administración cercana a los ciudadanos y respetuosa, por supuesto, con sus necesidades y también, como usted decía, con la libertad de empresa.

Es destacable por mi parte –y usted lo ha dicho-, pero he corroborado y testado la opinión de los comerciantes y empresarios y están conformes con este programa que nos lleva a hacer de nuestra región una región con un comercio más competitivo y más moderno. Independientemente de este programa, también están ustedes llevando a cabo programas de incorporación a las nuevas tecnologías, generando nuevas oportunidades de mercado que, sin duda, abren posibilidades muy grandes para todo nuestro pequeño comercio. Por supuesto, también este tipo de actuaciones acerca a los comerciantes al consumidor que, indudablemente, es cada vez más exigente, cada vez más global, que en estos momentos, además, está motivado e incentivado por un repunte en el consumo interno que nos hace tener a todos buenas perspectivas sobre nuestra economía y sobre nuestro sector comercio.

Madrid –usted lo ha referido en su intervención- se está posicionando como una referencia en turismo de compras, y eso solo es posible gracias al trabajo y a la profesionalidad de unos empresarios en continuos cambios y abierto a todo este tipo de programas e iniciativas innovadoras. Es muy gratificante encontrar hoy en muchos rincones de nuestra región establecimientos especializados llenos de encanto, llenos de creatividad, que no tenemos ya nada que envidiar a ciudades cosmopolitas europeas. Esto -lo decía antes- no es fruto de una actuación asilada, sino de toda una serie de programas que ustedes están llevando.

Quiero destacar hoy especialmente la creación del portal web para el acceso al comercio electrónico, porque hemos visto este fin de semana en prensa el repunte tan grande que está teniendo la venta “on line” en los consumidores a nivel mundial. El debut bursátil de uno de los gigantes del comercio digital en China también les abre posibilidades; decían que la salida a bolsa iba a superar los 20.000 millones de dólares.

Sus medidas pioneras indudables en España, como son la liberalización de horarios comerciales, la desregulación de las rebajas, las declaraciones de afluencia turística que se han tratado aquí y en otros muchos Plenos, contribuyen, sin duda, al cambio que está sufriendo nuestro comercio en los últimos años, por supuesto para bien, englobado también dentro de esa política que está haciendo el Gobierno de la Comunidad de Madrid. Y muchas de esas medidas son, desde su Dirección General, de apoyo a la microeconomía complementada con esa política que siempre nos posiciona a nivel mundial y nacional como los grandes tractores de inversión extranjera; pues, además de eso, según el INE, somos líderes mundiales en el "ranking" autonómico de creación de empresas en lo que va de año.

Como he oído decir en reiteradas ocasiones a nuestro Presidente, la recuperación en Madrid ha llegado y ha llegado para quedarse. Yo creo que podemos decir también que el comercio en Madrid es como la crisis en Europa que ya no somos parte del problema de la crisis sino parte de la solución. El sector comercio en Madrid es parte de esa solución que está ayudando al crecimiento, a la consolidación y a la creación de empleo.

Lo dije en el Pleno y también lo quiero repetir aquí: en el trasfondo de todas estas actuaciones políticas está si estamos verdaderamente ayudando a crear empleo. Los datos son tozudos y corroboran que, después de la ley de dinamización, de 2012, se han creado en Madrid 13.000 puestos de trabajo en el sector del comercio, frente a la destrucción de los 12.000 que se perdieron en España. No podemos olvidar que el comercio en nuestra región es un sector que arrastra un importante número de puestos de trabajo. Por eso, señor Director General, lo animo a que sigan ustedes incentivando acciones como esta, cercana a los comerciantes, a los empresarios y al sector productivo en general, para seguir creando riqueza y empleo. Gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. ¿Va a hacer uso del segundo turno, señor Director General? (*Denegaciones.*) En ese caso, agradecemos la atención del señor Director General y solicitamos al Director General de Industria que ocupe su lugar en la mesa para sustanciar el penúltimo punto del orden del día. (*Pausa.*) Pasamos al siguiente punto del orden del día.

**PCOC-545/2014 RGE.4161. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Ilmo. Sr. D. Antero Ruiz López, diputado del Grupo Parlamentario de Izquierda Unida-Los Verdes en la Asamblea de Madrid, al Gobierno, sobre opinión que le merece al Consejo de Gobierno la caída de la producción industrial durante el mes de febrero de 2014 en nuestra Comunidad.**

Damos la bienvenida al Director General de Industria y agradecemos su presencia. Tiene la palabra el señor Ruiz López para formular la pregunta.

El Sr. **RUIZ LÓPEZ**: Gracias, señor Presidente. Bienvenido, señor Director General de Industria. ¿Qué opinión merece al Consejo de Gobierno la caída de la producción industrial durante el pasado mes de febrero de 2014 en nuestra Comunidad?

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias. Tiene la palabra el señor Director General.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINAS** (López Jimeno): Gracias, señor Presidente. Buenos días, señorías. Creo que la respuesta a la pregunta formulada por el señor Ruiz López no puede ser otra que la siguiente: al consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid le preocupan, como no puede ser de otra manera, los datos negativos como este, por mucho que sean coyunturales y basados únicamente en encuestas sobre un universo concreto de empresas. No obstante lo anterior, como bien saben SS.SS., a la hora de analizar una situación económica no conviene fijarse únicamente en un dato puntual o aislado, como es el índice de producción industrial – el IPI- en el mes de febrero, sino que es conveniente tener en cuenta también el resto de los parámetros del entorno, ya que estos pueden aportar mucha información al análisis y permitir hacer un diagnóstico más acertado de la misma.

En ese mismo mes, mientras la tasa de variación interanual del índice de producción industrial de la Comunidad de Madrid caía un 2,5 por ciento, el indicador del clima industrial mantuvo su tendencia expansiva, aumentando en un punto en bienes intermedios, disminuyendo en 0,8 puntos en bienes de consumo y manteniéndose en bienes de capital. Además, en la Comunidad de Madrid se constituyeron en febrero un total de 1.953 entidades societarias -es decir, una de cada cinco empresas del total de las constituidas en España se creó en nuestra región-, que concentran el 62 por ciento del capital suscrito.

Por otra parte, tan solo un mes después, es decir, en marzo, el mismo índice IPI ha sufrido un incremento interanual del 6,1 por ciento, observándose avances interanuales en la producción de todos los tipos de bienes, con la sola excepción de la energía. Es cierto que esto se puede deber en parte a que este año marzo ha tenido más días laborables, al caer la Semana Santa en abril. Como ven, no pretendo engañarles o hacerles interpretaciones forzadas con los datos. Pero si unimos a esto el hecho de que el paro en el sector industrial madrileño disminuyó en ese mismo mes un 7,8 por ciento, creo que es incontestable que la situación está mejorando. Sé que algunas de SS.SS. argumentarán que es un descenso del paro industrial menor que el del total de España, pero es que, en la Comunidad de Madrid, el desempleo en este sector ha caído menos en la crisis que en el resto de España, que ha visto cómo el paro industrial se incrementaba un 73 por ciento, mientras que en nuestra región solo lo hacía un 34 por ciento; así que, al haber resistido mejor la crisis, tenemos menos margen de mejora que el conjunto de España.

Y si hablamos de la economía en su conjunto, los datos demuestran también que, aunque hemos sufrido y continuamos sufriendo la crisis, resistimos mejor que el resto de España. Así, por ejemplo, en el cuarto trimestre de 2013, la Comunidad de Madrid ha crecido un 0,5 por ciento, es

decir, más del doble de lo que lo ha hecho España, acumulando tres trimestres consecutivos de crecimiento positivo.

Si se examina la variación interanual, el comportamiento de la Comunidad de Madrid es mucho mejor que el observado en España, ya que esta cayó un 0,2 por ciento respecto al mismo período del año anterior, mientras que en la Comunidad de Madrid creció un 0,4 por ciento y volvió a tasas de variación interanuales positivas.

A esto se unen otros indicadores económicos, como son el producto interior bruto regional, que, aunque ha caído 1,9 puntos en el período de crisis, ha aumentado su diferencial con el del conjunto de España en dos décimas, situándose ya a medio punto de este, o el PIB per cápita, que es ya el más elevado de España, según los datos de contabilidad de los institutos regionales de estadística, situándose un 43 por ciento por encima de la media española, y es que el peso de la economía madrileña respecto a España no ha dejado de crecer en los últimos años, hasta posicionarse en casi el 20 por ciento.

Desde el año 2009, la Comunidad de Madrid es también la primera economía regional española por tamaño, pese a tener menos extensión y un millón menos de habitantes que Cataluña. No obstante lo anterior, les reitero que, al estar mejor que los demás y creciendo, no es óbice para que el Gobierno regional siga preocupado por la situación actual de la industria madrileña y ocupado en mejorarla, por lo que continuaremos trabajando en las estrategias de impulso del sector industrial que ya les he detallado en otras ocasiones y que estoy seguro que están favoreciendo la recuperación del mismo. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Director General. Ahora tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Izquierda Unida-Los Verdes.

El Sr. **RUIZ LÓPEZ**: Gracias, señor Presidente. Señor Director General, el motivo de formular esta pregunta es, sin duda, la preocupación que desde mi Grupo seguimos manteniendo por la producción industrial en nuestra Comunidad. Como usted bien dice, no es un tema puntual; es la tendencia que de alguna manera viene marcando la caída de la producción industrial en nuestra Comunidad. Hemos tenido infinidad de ocasiones de plantear este tema con datos, pero yo no voy a hacer aquí hoy una intervención mostrando datos para que usted me diga que, efectivamente, en el mes de marzo la tendencia ha sido positiva y demás.

Nosotros consideramos que la creación de empleo y, de manera muy especial, el mantenimiento del existente pasa por la defensa de un sector industrial fuerte, como ya le hemos reiterado muchas veces. En las innumerables iniciativas que hemos visto en esta Comisión sobre la industria no hemos avanzado nada, no se ha resuelto nada y la industria madrileña sigue pasando por su peor momento. Se siguen cerrando empresas, sigue habiendo EREs, se siguen deslocalizando empresas y siguen aumentando, lo que es mucho peor, los datos del paro. Usted nos da aquí hoy algunos datos para entender que la cosa va mejor, pero yo, sencillamente, me refiero a los datos de

la última EPA, ni más ni menos, y los datos, desde luego, son escalofriantes, ponen los pelos de punta.

La crisis existe, pero también existen medidas para amortiguar sus efectos, alternativas para evitar que nuestra industria pierda más peso cada día; por nuestra parte pensamos que lo que no existe es voluntad política para llevarlas a cabo. Hablan ustedes en sus intervenciones sobre las iniciativas que están trabajando para mejorar la situación de la industria en nuestra Comunidad, iniciativas como eliminación de trabas burocráticas, liberalización de los sectores, la mejora del entorno industrial, el acceso a la financiación, el impulso de la I+D+i, y también de soluciones alternativas y la intermediación en cierre de empresas, etcétera, pero todos sabemos que el Gobierno de la Comunidad presenta cada año unos presupuestos cada vez con más recortes precisamente en estas materias. En los presupuestos presentados para este año 2014, en el programa de Industria son irrisorias las inversiones dirigidas a impulsar la actividad industrial; las han recortado más que el año pasado todavía, que ya fue un desastre. En I+D+i también han recortado mucho, reducen los préstamos y las transferencias para modernización, y sobre todo no hay una planificación de estrategia para la industria madrileña.

Sin financiación y sin planificación la industria no se puede recuperar, señor Director, por mucha voluntad que usted nos manifieste aquí cada día que comparece. La creación de zonas de urgente reindustrialización, no solo el Corredor del Henares -no le voy a recordar aquí lo que le recuerdo en todas las intervenciones-, sino también en otras zonas de nuestra Comunidad especialmente castigadas por la crisis y pendientes de solución: las pymes, el sector aeronáutico, la biotecnología, las TIC, los polígonos industriales, Tecnoalcalá y, como usted muy bien sabe, un largo etcétera.

Señor Director, seguimos con una industria que va perdiendo peso año tras año -los presupuestos, como le acabo de mencionar, son un ejemplo-; una industria con déficit tecnológico, con una baja o nula intensidad en la transferencia de conocimientos entre el sistema del I+D y el sistema productivo, con una política industrial que no ha sido capaz de buscar un sustituto al sector inmobiliario, ni cuando la bonanza económica, ni mucho menos ahora. Recortan en inversiones dirigidas a impulsar la actividad industrial, logística y tecnológica; han eliminado todas las herramientas dirigidas a potenciar nuestra industria: cierre de empresas públicas creadas para este fin, oferta de suelo industrial, desarrollo de parques tecnológicos, etcétera. No han mejorado la competitividad en sectores como el automóvil, como se demostró en la última comparecencia que usted tuvo aquí en esta Comisión.

Esa es la realidad y el panorama que presenta nuestra industria. Cuando hablan ustedes de mejora de infraestructuras se centran en el plan de gasificación de los polígonos industriales, pero actualmente la industria tiene otros problemas que ustedes no atienden, como son la financiación o, por ejemplo, la energía eléctrica. Se han aplicado con todas sus fuerzas a dar a esta Comunidad lo que ustedes creían -permítame la expresión- un pelotazo con Eurovegas; es decir, han apostado por

un modelo económico de impacto súbito, baja productividad y vinculado al consumo. Están apostando por una industria endémicamente débil.

Termino como siempre, señor Director. La realidad es que el futuro de la industria madrileña está en apostar por un cambio de modelo productivo que pase por acordar un plan regional por la industria madrileña, con una estrategia clara frente a la deslocalización de la producción que contemple una política industrial y tecnológicamente generadora de empleo estable y de calidad que conforme en nuestra región un tejido económicamente productivo. Mientras ustedes no hagan eso, la industria madrileña, señor Director, muy a nuestro pesar, no se recuperará. Nada más y muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señoría. Tiene la palabra el señor Director General para el segundo turno de intervención.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y MINAS** (López Jimeno): Muchas gracias, Presidente. Quiero decirle muy brevemente al don Antero Ruíz que efectivamente compartimos la misma preocupación por el sector industrial y que, desde luego, el Gobierno de la Comunidad de Madrid tiene la voluntad política y decidida de apoyar a este sector. Quiero recordarle también que la única vara de medir que tienen en cuanto a la evaluación de ese apoyo parece ser que es la de los presupuestos, y no necesariamente tiene que ser esa la vara de medir, porque no todo el apoyo se circunscribe a subvenciones. En la Comunidad de Madrid hay muchos miles de pequeñas pymes y, efectivamente, por mucho presupuesto que tuviéramos llegaríamos a un universo empresarial relativamente pequeño. Pero, en cualquier caso, quiero recordarle que la voluntad política es la de apoyar al sector de la industria, por todas las características que ya se han citado a lo largo de distintas comparecencias.

En cuanto al cierre y deslocalización de empresas, todos los datos apuntan a que prácticamente hemos tocado fondo, o al menos así lo dicen los datos estadísticos. Lo que resulta curioso es la formulación de la pregunta amparándose en un dato vamos a decir negativo, que es un dato puntual, y, sin embargo, parece que olvida los datos correspondientes al mes de marzo e incluso al mes de abril a nivel nacional, según los titulares del viernes pasado, dicen que la producción no industrial anota su mayor subida en seis años, salvo en algunas comunidades como son Canarias y Asturias.

En lo referente a las estrategias de apoyo, creo que sería redundante con las comparecencias que he tenido en ocasiones anteriores. Me llama la atención que afirme usted que no estamos apoyando al sector del automóvil cuando precisamente las dos grandes fábricas, como son Iveco o Peugeot Citroën, son empresas con las que tenemos una relación muy estrecha y, como ya le he explicado en ocasiones anteriores, gracias a las intervenciones de la Comunidad de Madrid, tanto a nivel nacional en el Ministerio como en otros ámbitos, hoy por hoy no solamente tienen una carga de trabajo sino que tienen en previsión aumentar la plantilla con la contratación de más trabajadores.

Me ha parecido entenderle que el plan de gasificación no es un apoyo suficiente; a lo mejor no es suficiente, pero le recuerdo que el plan de gasificación permite a las empresas reducir la factura energética. En el caso del kilovatio, es decir de la energía eléctrica, lamentablemente, nuestra capacidad de intervención es muy pequeña porque los consumos eléctricos son los propios de los equipamientos que tiene cada empresa.

Termino indicándole que dentro de las estrategias de apoyo al sector industrial no solamente tendremos el plan de gasificación o la simplificación de los procedimientos y eliminación de trabas burocráticas sino que daremos todo el apoyo que sea necesario y, sobre todo, el acceso a la financiación a través del instrumento que tenemos, que es el de Avalmadrid. Muchas gracias.

El Sr. **PRESIDENTE**: Muchas gracias, señor Director General. Pasamos al último punto del orden del día.

———— **RUEGOS Y PREGUNTAS.** ————

¿Algún diputado desea hacer algún ruego o alguna pregunta? (*Denegaciones.*) No habiendo ruegos ni preguntas, se levanta la sesión.

*(Eran las doce horas y once minutos).*

**SECRETARÍA GENERAL DIRECCIÓN DE GESTIÓN PARLAMENTARIA**

**SERVICIO DE PUBLICACIONES**

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

Web: [www.asambleamadrid.es](http://www.asambleamadrid.es)

e-mail: [publicaciones@asambleamadrid.es](mailto:publicaciones@asambleamadrid.es)

**TARIFAS VIGENTES**

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



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

Asamblea de Madrid