

— DIARIO DE SESIONES — DE LA — ASAMBLEA DE MADRID —



Número 742

7 de octubre de 2010

VIII Legislatura

COMISIÓN DE CONTROL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID

PRESIDENCIA

Ilma. Sra. D.^a María Gador Ongil Cores

Sesión celebrada el jueves 7 de octubre de 2010

ORDEN DEL DÍA

1.-C 307/10 RGEP. 3138, Comparecencia de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre valoración que hace de su gestión durante el primer trimestre del año 2010. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

2.- Comparecencias con tramitación acumulada:

C 324/10 RGEP. 3278, Comparecencia de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre desarrollo y contenidos de www.telemadrid.es. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

C 395/10 RGEP. 3658, Comparecencia de la Sra. Sra. Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Popular, al objeto de informar sobre presente y futuro de telemadrid.es. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

3.- Ruegos y preguntas.

SUMARIO

-Se abre la sesión a las 11 horas y 7 minutos.

Página 21475

— **C 307/10 RGEP. 3138** de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre valoración que hace de su gestión durante el primer trimestre del año 2010. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

Página 21475

-Interviene el Sr. Ruiz Castillo, exponiendo los motivos de petición de la comparecencia.

Página 21475

-Exposición de la Sra. Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid.

Página 21475-21477

-Intervienen, en turno de portavoces, el Sr. Ruiz Castillo y el Sr. González López.

Página 21478-21481

-Interviene la Sra. Directora General, dando respuesta a los señores portavoces.

Página 21481-21482

Comparecencias con tramitación acumulada:

— **C 324/10 RGEP. 3278**, Comparecencia de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre desarrollo y contenidos de www.telemadrid.es. (Por vía del artículo

221 del Reglamento de la Asamblea).

Página 21482

— **C 395/10 RGEP. 3658** de la Sra. Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Popular, al objeto de informar sobre presente y futuro de telemadrid.es. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

Página 21482

-Intervienen el Sr. Ruiz Castillo y el Sr. Jiménez de Parga Maseda, exponiendo los motivos de petición de la comparecencia.

Página 21482-21483

-Exposición de la Sra. Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid.

Página 21483-21486

-Intervienen, en turno de portavoces, el Sr. Ruiz Castillo y el Sr. Jiménez de Parga Maseda.

Página 21486-21489

-Interviene la Sra. Directora General, dando respuesta a los señores portavoces.

Página 21489-21490

— **Ruegos y preguntas.**

Página 21490

-No hubo ruegos ni preguntas.

Página 21490

-Se levanta la sesión a las 12 horas y 30 minutos.

Página 21490

(Se abre la sesión a las once horas y siete minutos.)

La Sra. **PRESIDENTA**: Señorías, comenzamos la sesión de la Comisión de Control del Ente Público Radio Televisión Madrid, de fecha 7 de octubre, con el orden del día que han recibido todos ustedes con anterioridad, empezando con la tramitación del punto primero.

C 307/10 RGEF. 3138, Comparecencia de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre valoración que hace de su gestión durante el primer trimestre del año 2010. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea.)

En primer lugar, quiero dar la bienvenida, como siempre, a la señora Directora General por su comparecencia y por la información que siempre facilita a esta Comisión. Para iniciar el debate, intervendrá en primer lugar, para explicación del motivo de la comparecencia, el portavoz del Grupo Socialista, señor Ruiz Castillo, por tiempo máximo de cinco minutos.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Muchas gracias, señora Presidenta, y muchas gracias por su asistencia, señora Directora General. El motivo de la comparecencia que, evidentemente, se tenía que haber sustanciado en tiempo anterior, pero por diversos motivos, entre otros, alguno personal, no he podido asistir a las Comisiones que hubo en el mes de mayo, es que tenemos la intención de que de aquí a finales de año vayamos viendo, por trimestre o por cuatrimestre, cómo va la gestión del Ente Público Radio Televisión Madrid. Yo no sé si hoy es el mejor día para hablar de este tema porque tengo aquí el dato de septiembre donde Telemadrid ha vuelto a dar un mínimo histórico en su serie de audiencia: Telemadrid se ha situado en el 6,8 por ciento de audiencia, lo que significa, evidentemente, un nuevo mínimo histórico. Nos gustaría conocer la gestión de este primer trimestre o cuatrimestre, y espero que la Directora General nos dé la suficiente información de lo que ella piensa, de los datos que ella tenga, como

para que podamos hacer una evaluación correcta de esa gestión. Nada más y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Ruiz. Para contestar, tiene la palabra la señora Directora General por tiempo máximo de quince minutos.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Linares Liébana): Buenos días a todos. Gracias, señora Presidenta. Efectivamente, hoy se me pide que valore mi gestión en relación con el primer trimestre de este año. A mí me parece que está lejos este primer trimestre de este año. Por supuesto, les adelanto que la gestión durante el trimestre solicitado fue buena, y quiero poner un poco en contexto esta valoración. Recordarán SS.SS. que el año 2010 se presentaba como un año muy difícil, en el que la necesaria austeridad se iba incluso a acentuar por la evolución que iba a sufrir el mercado televisivo como consecuencia de un cambio de roles de algunos operadores, y me estoy refiriendo a la ausencia de publicidad en Televisión Española, que iba a hacer que Televisión Española subiese su audiencia; a la implantación de una nueva tecnología, la TDT, ya desde principios de año tuvimos muchas cadenas en TDT y a finales de marzo es cuando ya se hizo realidad; y también a un cambio en el marco legal regulatorio.

En cuanto a una serie de factores internos, en 2010 partíamos de la congelación del contrato programa. La Comunidad de Madrid nos daba la misma cantidad que los dos años anteriores. Por tanto, por tercer año consecutivo teníamos la misma cantidad de contrato programa, cuando, en cambio, nuestros salarios y nuestros costes sí que habían subido; pero partíamos de esa congelación del contrato programa y del mantenimiento de una plantilla de trabajadores en unas condiciones, como digo, previamente establecidas. No obstante, hicimos un agresivo planteamiento de reducción de los gastos de explotación sobre los que podíamos actuar, y nos planteamos supuestos realistas y alcanzables de crecimiento en el mercado publicitario, dada la situación que estábamos viviendo de crisis económica y financiera, y también teniendo muy en cuenta las previsiones de los expertos. Hoy puedo decirles que a 31 de marzo se alcanzaron

nuestras previsiones y que, por tanto, el nivel de cumplimiento presupuestario de Telemadrid fue el más alto obtenido en los últimos años. En consecuencia, voy a poner sobre la mesa nuestras cuentas que, creo, es la única forma de objetivar la gestión realizada; y, si me lo permiten, voy a detallarles punto por punto.

Empiezo por los ingresos. Por un lado, tenemos ingresos del contrato programa, por otro lado tenemos ingresos publicitarios, y en tercer lugar tenemos otros ingresos procedentes de patrocinios y ventas de catálogo. En cuanto al contrato programa, ya he dicho que estaba congelado. En cuanto a los ingresos en publicidad, se dividen en dos áreas gestionadas desde la empresa Multipark y desde la FORTA, con el plan de comercialización conjunta donde estamos ocho televisiones autonómicas. En el primer trimestre se consiguieron unos ingresos de 16,5 millones de euros, que suponen un 25 por ciento del total de nuestros ingresos publicitarios. El 75 por ciento restante, que gestiona Multipark, asciende a 5,4 millones de euros. En total, estos 7,2 millones de euros de ingresos publicitarios suponen una mejora del 9 por ciento con respecto al mismo período del año anterior. A los ingresos procedentes de la inversión publicitaria convencional tenemos que añadir, como acabo de decir, los otros ingresos, que son los procedentes de patrocinios y ventas de catálogo. Aquí tuvimos un grado de cumplimiento presupuestario del 99,2 por ciento, que totalizaba 1.240.000 euros. En definitiva, el total de nuestros ingresos se situó a 31 de marzo un 3,9 por ciento por encima del mismo trimestre del pasado año, con un nivel de cumplimiento del 96 por ciento.

Si vamos a ver el detalle de los gastos de explotación, vemos cómo se mantiene la línea de contención que ya iniciamos el año anterior, y hay que destacar que, transcurrido el primer trimestre, por primera vez en mucho tiempo los gastos de explotación se encajan en los límites presupuestarios que teníamos fijados. Esto es principalmente debido a los ahorros que acometemos, y quiero resaltar que estos ahorros no impactan en la calidad de la programación emitida porque provienen de una serie de medidas de control y racionalización de los recursos internos y externos que se aplican tanto a la producción de los programas como a las áreas corporativas y de soporte. Estos gastos del primer trimestre han sido de 34,9 millones de euros, que es

la misma cantidad que en el ejercicio 2008, hace dos años, teniendo en cuenta que en el año 2010 tenemos unos derechos deportivos de nueva adquisición, que son la Champions y la liga. Esto ha significado en el primer trimestre de este año, tal como se contemplaba en el presupuesto, la cantidad de 6,8 millones de euros. Si comparamos ambos períodos en condiciones equivalentes, es decir, si comparamos los gastos del primer trimestre de 2008 con los gastos del primer trimestre de 2010, las medidas de ahorro puestas en práctica habrían supuesto un menor gasto de 6,4 millones de euros. En el primer trimestre, los gastos de explotación totales, por tanto, fueron de 34,8 millones de euros, que significa una pequeña mejora sobre el presupuesto del 0,3 por ciento, que significa un ahorro en valor absoluto para ese primer trimestre de unos 100.000 euros.

En cuanto al gasto de personal acumulado en el primer trimestre, éste fue de 15,6 millones de euros, es 900.000 superior al presupuesto y corresponde a una plantilla en alta al final del primer trimestre de 1.208 personas. Los gastos de personal es la única partida en la cual tenemos una desviación al cierre del primer trimestre y también la única partida en la que tenemos una desviación a la fecha, al cierre de septiembre, pero estamos compensando esta desviación en gastos de personal con esos ahorros que he comentado y, por tanto, prevemos que vamos a cerrar este año en presupuesto o muy cercano al presupuesto.

En cuanto al número de personas, que he mencionado que eran 1.208, he de decir que la plantilla ha pasado de 1.230 trabajadores a 1 de enero a ser 1.208 a 31 de marzo, con lo cual sí que se hizo ese esfuerzo que estaba previsto en el presupuesto como consecuencia fundamentalmente de una serie de ajustes que llevamos a cabo en la contratación de eventuales. Como ya conocen SS.SS., los gastos de personal son inflexibles y mantienen, durante el primer trimestre, un alto volumen de los gastos de explotación, representan el 45 por ciento. Como les decía, en el primer trimestre del año 2010 se consiguió, por tanto, ajustar los gastos de explotación al presupuesto establecido. Yo creo que esto es todo un logro, conseguido especialmente con la gestión, como he mencionado, sobre los contenidos y su producción, así como en los gastos de estructura.

Permítanme ahora que al margen de los datos económicos, que al final son los que objetivizan la gestión en cualquier empresa, les hable de los contenidos de Telemadrid como servicio público y su rentabilidad social. El total de horas de emisión en el primer trimestre fue de 2.160. Destaca el peso importante de la producción de programas informativos, que supone casi el 40 por ciento, y el cine, que representa el 33 por ciento de las horas emitidas. Los programas divulgativos representan un 10 por ciento e incluyen programas de diferentes formatos y contrastada calidad, como "Madrileños por el mundo" y "Mi cámara y yo", que además son los programas que tienen más éxito de audiencia en Telemadrid. Quiero resaltar que tan sólo un 6,7 por ciento del total de la producción fue de origen externo y un 52 por ciento del total correspondió a producción interna o producción mixta.

En cuanto a la audiencia, es cierto que la audiencia de Telemadrid está sufriendo un descenso, como están sufriendo todas las cadenas de televisión, todas salvo Televisión Española y los emergentes canales de la TDT. En el primer trimestre, todas las cadenas perdimos audiencia, como he dicho, menos Televisión Española que ganó 1,6 puntos como consecuencia de que quitaron la publicidad y también los emergentes canales de la TDT, que ya están establecidos pero en el primer trimestre eran emergentes, que también ganaron 1,4 puntos de audiencia. Antena 3 perdió casi 2 puntos, Telecinco perdió 0,6 puntos, en el conjunto de la FORTA se perdieron 0,4 puntos y Telemadrid también perdió, con relación al trimestre anterior, 0,7 puntos.

Esta caída se acentúa siempre en nuestra Comunidad como consecuencia de la mayor penetración del resto de canales y las ofertas de pago, que son superiores en Madrid que en el resto de España. El trimestre lo cerramos con una media de un 8,5 por ciento de "share", que les recuerdo que es la previsión establecida en el presupuesto de este año. Tiene razón el señor Ruiz Castillo en que ahora estamos peor. Pero este 8,5 -para ponerlo en contexto- está sólo 2,5 puntos por debajo de Antena 3 y bastante por encima de La Sexta y de Cuatro, que aún están en fase de crecimiento y cuentan con el apoyo y promoción de sus importantes grupos mediáticos de respaldo. La Otra en cambio es una historia de éxito en este momento. Durante el primer trimestre cerró la audiencia con una media de un 0,5

por ciento de cuota, que es un dato superior a canales mucho más potentes como 24horas, de Televisión Española, o CNN Plus, de la plataforma de Prisa.

Voy a referirme ahora a los gastos financieros, en los que hemos tenido muy buena gestión todo el año, pero me voy a referir exclusivamente a la buena gestión de este primer trimestre que nos ocupa. Los gastos financieros se situaron en 1,3 millones de euros y son inferiores en casi medio millón al presupuesto del período. Esto es una gran mejora en el coste de financiación y se basa en la optimización de la tesorería y la mejora constante de la gestión del capital circulante; hemos conseguido cobrar antes tanto el contrato programa como el IVA, como a nuestros proveedores, y como consecuencia de estos cobros hemos tenido una mejora ya que no hemos tenido que acudir a financiación externa. Estas medidas nos han permitido que a 31 de marzo no hayamos tenido que formalizar ninguna de las operaciones de crédito a largo plazo que estaban previstas en el presupuesto y autorizadas.

Para concluir y también para salir al paso de ciertas informaciones que se han producido en las últimas semanas a raíz de una nueva intervención de Uteca, puedo asegurarles con el rigor de los números expuestos que Telemadrid, durante el primer trimestre de 2010, ha costado a cada ciudadano 3,20 euros, esto es de acuerdo con la estimación de población actual que establece el INE: el 1 de abril se situaba en 6.349.901 habitantes en la Comunidad de Madrid. Por estos 3 euros con 20 céntimos los madrileños pudieron ver: 14 partidos de liga, 5 partidos de la Champions, 6 partidos de la Copa del Rey, 12 partidos de la liga ACB de baloncesto, 2 corridas de toros, 3 retransmisiones especiales, 23 estrenos de películas internacionales de los que 12 eran estrenos absolutos en España, 170 horas de series y 219 horas de programas divulgativos y culturales entre otros géneros televisivos, y al tiempo estar permanentemente informados de cuanto ocurre en el mundo, en nuestro país y en nuestra Comunidad. Insisto, todo esto por 3,20 euros. Telemadrid es, sin duda, la televisión pública que menos cuesta a su población y la que les garantiza una mayor información y un mayor número de eventos de acceso gratuito, en contra de la corriente que parece imponerse. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señora Directora. Pasamos al turno de intervención y debate de los Grupos Parlamentarios para fijar posiciones, pedir aclaraciones o realizar preguntas por tiempo de diez minutos. En primer lugar, tiene la palabra el portavoz del Grupo Socialista señor Ruiz Castillo.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Muchas gracias, señora Presidenta. Muchas gracias, señora Directora General. Traía preparado un esquema de mi intervención, pero con su información me vienen a la cabeza otra serie de cosas. Porque si ésta es la televisión más barata de España, la que menos cuesta a los madrileños, la de más calidad, en la que más partidos de fútbol se pueden ver, toros, programas informativos, etcétera, lo que no entiendo es por qué la quieren privatizar, porque teniendo un tan potente de propaganda y tan barato es increíble que la quieran privatizar. Tampoco entiendo cómo continuamente, como usted sabe perfectamente, ha ido bajando la audiencia en cualquier segmento, en cualquier franja y en cualquier programa, excepto en algunos informativos, no en todos, y en el fútbol.

Efectivamente, la gestión se mide fundamentalmente, sea una empresa pública o privada, por la gestión financiera, estoy completamente de acuerdo con usted. Los datos que usted nos da los tendremos que contrastar y estudiar; de todas maneras el cumplimiento económico-financiero de su empresa creo que corresponde más a la Comisión de Presupuestos y Hacienda de este Parlamento.

Otro de los elementos por los que se puede valorar la gestión y que a mí me parece de suma importancia en cualquier empresa son los recursos humanos. No sé si esa disminución de los recursos humanos tiene que ver con que su gestión en Telemadrid deja mucho que desear. El comité de Dirección y usted, como Directora General, no son capaces de ponerse de acuerdo con los sindicatos de Telemadrid ni para tomarse un café; es decir, junto con Canal Sur, la única televisión que pasó a negro en toda España el día 29 de septiembre fue Telemadrid...

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Ruiz Castillo, le ruego que se atenga a la cuestión de la que estamos hablando: gestión del primer trimestre del año.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Señora Presidenta, acepto su requerimiento, pero la Directora General ha hablado de varias cosas en lo que va de año.

La Sra. **PRESIDENTA**: Creo que la señora Directora se ha ceñido con bastante exactitud al primer trimestre y, por supuesto al motivo de la comparecencia, le ruego que se atenga usted también a la cuestión. Muchas gracias.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Gracias, señora Presidenta. Sigo insistiendo en que durante el primer trimestre ustedes han sido incapaces de ponerse de acuerdo con los sindicatos ni para beberse un vaso de agua.

Otro de los elementos que hay que valorar durante el primer trimestre es el objetivo por el que existe la empresa; es decir, el objetivo de un medio de comunicación será: que tenga calidad, competencia, y que quiera tener cada vez más peso específico entre la audiencia de los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

A partir de ahora, se lo digo para que lo tenga en cuenta, en las próximas comisiones, vamos a evaluar el semestre completo de abril a finales de septiembre. Yo siempre lo divido en tertulias y entrevistas, reportajes de investigación, deportes, entretenimiento e informativos. En cualquiera de estos bloques, señora Directora General, desde el mes de enero la tendencia en toda la programación de Telemadrid es la bajada de audiencia. Coja usted el bloque que quiera, el programa que quiera. "El Círculo a primera hora", en enero 9,34; en febrero 9,91; en marzo 7,70; dos puntos de caída. "Gabinete de crisis", lo que está en crisis es el programa no el gabinete, porque en marzo tuvo un 3,14 por ciento. Le puedo asegurar que ocurre en cualquier bloque. Los reportajes de investigación casi prefiero no mirarlos. En deporte, fíjese que usted ha dicho que la apuesta de este presupuesto de 2010 y de la Dirección de antena y de la programación eran los deportes, a usted la aguanta el partido de fútbol, y punto, el partido de fútbol; "En acción", en enero 5,75; febrero 3,5; marzo 1,9. "Baloncesto, Liga ACB, enero 8,44; febrero 9,93; marzo 6,20; "Deporte divertido", lo vamos a dejar porque de divertido no debe tener mucho, porque da el 3,18 en marzo; "Zona Champions", que era uno de los programas de los

que usted dijo aquí, está en el diario de sesiones que era una de sus mayores apuestas, señora Directora General, en el mes de marzo tuvo un 6,52 de audiencia; "Fútbol es fútbol", otra de sus grandes apuestas, en marzo 4,92, empezó con el 5,44 en enero; "Fútbol liga española", tuvo un "share" en marzo de 9,64, un punto por encima de las previsiones para toda la cadena, cuando debería ser uno de sus programas estrella. Y, efectivamente, "Fútbol liga de campeones" es en el que se aguanta usted, donde es cierto que están dando unas cuotas de pantalla bastante significativas y por encima de otras cadenas generalistas, como, por ejemplo, La Sexta. En fin, le puedo detallar bloque tras bloque, aunque no creo que sea necesario, porque usted, como yo, incluso mejor que yo tiene estos datos.

En definitiva, señoría, aparte de la gestión económica y financiera, que evidentemente sería la calidad, la audiencia, que en la Comunidad de Madrid los ciudadanos pudieran ver esa magnífica televisión de la que nos habla usted, con esa magnífica gestión financiera, lo único cierto es que cada vez la ve menos gente, en el primer trimestre y después del primer trimestre.

Podemos analizar otro de los elementos para comparar y ver cómo ha sido su gestión a lo largo del primer trimestre; por lo tanto, me voy a referir sólo a este período. Tengo los datos de abril, pero vamos a hablar sólo de enero, febrero y marzo en comparación, lógicamente, con las otras cadenas autonómicas. Si algún día quiere, hablamos de Antena 3 o de Telecinco; pero, en fin, no creo que sea el cometido de esta Comisión de control hablar de cadenas que nada tienen que ver con lo público. Son absolutamente privadas y se mueven en otros contextos a los que sería imposible que acudiera cualquier cadena autonómica. Pero, hablando de las autonómicas, señora Directora General, el dato que da usted del 6,8 en septiembre no ha sido así en todas las autonómicas; por ejemplo, TV3 ha subido un 2,1 por ciento en septiembre. Pero vayamos a enero del 2010. Telemadrid, en 2010, perdió el 0,7 de audiencia, situándose en un 8,6; venía de un 9,3 en diciembre. La media de FORTA fue de un 12,5. Y esa tendencia sigue a lo largo de los dos meses siguientes. En el mes de febrero, Telemadrid se mantiene: 8,6; FORTA sube al 12,7 y, en marzo, Telemadrid vuelve a bajar un 0,2, con lo que se sitúa en un 8,4, mientras la media de FORTA sigue siendo

del 12,7. Si quiere, hacemos la comparación por cadenas autonómicas. Evidentemente, con las grandes no resiste Telemadrid. Podemos hablar de Castilla-La Mancha, podemos hablar de Canarias, podemos hablar de Murcia; pero, desde luego, ni con Canal Nou, ni con TV3, ni con ETB 1, etcétera, Telemadrid aguanta la comparación. Ustedes estarán contentos de su gestión económico-financiera, e insisto: la veremos en las próximas semanas y empezaremos a ver el grado de cumplimiento de Telemadrid con respecto al presupuesto que se aprobó en esta Cámara; pero, en lo demás, en los siguientes parámetros, en los otros objetivos por los que se puede medir la gestión de una empresa privada o pública, su gestión no se sostiene en este primer trimestre del año 2010. Insisto, tendremos ocasión de ver en las próximas semanas ya no solamente un trimestre sino el siguiente semestre, de abril a octubre, cuya iniciativa presenté ayer mismo en esta Cámara.

Para terminar, en cuanto a la valoración de su gestión, yo sigo pensando que esta cadena ha perdido todas las referencias históricas que tenía. Esta cadena sigue prescindiendo de los mejores profesionales -después volveremos a este tema en la siguiente comparecencia-, y esta cadena se ha vuelto a situar, señora Directora General, con un descenso de la audiencia marcado desde el principio, desde el mes de enero, que sigue en estos momentos. Las loas acerca de su gestión, desde luego, no se corresponden con lo que los ciudadanos perciben de esta cadena porque, si fuera así, evidentemente, no estaría situada en el nivel de audiencia que tiene y no sería tan increíble la dificultad que tienen ustedes para pactar, por ejemplo, en el tema de los recursos humanos, con los sindicatos de Telemadrid. Por lo tanto, en mi opinión, en este primer trimestre, el continuismo, el despilfarro y el seguir gestionando un órgano de propaganda al servicio de un sector del Partido Popular sigue siendo la tónica dominante de su gestión. Nada más, muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. A continuación, tiene la palabra el portavoz del Grupo Popular señor González López por tiempo de diez minutos.

El Sr. **GONZÁLEZ LÓPEZ**: Muchas gracias, señora Presidenta. Señora Directora General, gracias

por las explicaciones que nos ha dado tan detalladas de su gestión a lo largo del primer trimestre, que he escuchado clara y nítidamente. Los datos también hay que juzgarlos y escucharlos, y los datos, aun a pesar de las dificultades en las que estamos en estos momentos y que estábamos en aquel primer trimestre, son buenos, o en algún caso muy buenos, porque para valorar una gestión, como aquí se ha dicho, es importante escuchar los datos y escuchar cómo se cumplen las previsiones, y las previsiones se están cumpliendo. Es verdad que el Partido Socialista, de cumplir presupuestos y previsiones, no entiende mucho; sin ir más lejos, hoy mismo tenemos un dato en el periódico: El Fondo Monetario Internacional ve inverosímil el presupuesto de Zapatero. De presupuestos no entendemos nada en el Partido Socialista.

Señora Directora, yo sí la he escuchado y, en los ingresos, donde hay un 9 por ciento más, en otra serie de ingresos un 3,9 por ciento en el mismo trimestre del año pasado, es un buen dato; un dato que el Partido Socialista debe tener en cuenta. En los gastos de explotación, donde se pueden ver claramente las características de gestión del Partido Popular, que es el ahorro, la contención, la calidad, es decir, todas esas medidas que aquí se han dicho y a las que deberíamos haber prestado atención ahorrando casi 6,5 millones de euros respecto al primer trimestre del 2009, eso también hay que tenerlo en cuenta, también hay que saberlo.

Quisiera, señora Directora General, hacerle una observación, y es que me preocupa bastante ese aumento de absentismo, que he podido leer en algunos periódicos, que hay en Telemadrid. Y, dentro de la misma línea de austeridad que mencionaba antes, quisiera destacar alguna bajada, que podemos saber, que conocemos, de directivos, porque no puede sorprender a nadie que, cuando en esta Comunidad hemos estado reduciendo Consejerías, Direcciones Generales, altos cargos, mientras otros todavía estaban en los mundos de ZP con el gasto, sobrellevando el gasto una y otra vez, nosotros nos estamos apretando el cinturón. El portavoz del Partido Socialista hablaba de los sindicatos, ¿pero usted sabe la que tienen montada en Televisión Española los sindicatos? ¿Pero usted sabe las huelgas que han hecho en Televisión Española los sindicatos? ¿Pero usted sabe los acuerdos que ha habido en Televisión Española con los sindicatos?

Mire, en Televisión Española están muy quemados los sindicatos con la dirección, y usted lo sabe. Y le digo por qué: por la externalización que están haciendo. Usted hablaba de privatización, ¿pero usted sabe la externalización que están haciendo en Televisión Española? Mire, solamente me voy a centrar en el primer trimestre del año: de los 6.618 brutos manejados en Televisión Española, un total de 784 tuvieron su origen en Overon, una empresa de servicios audiovisuales participada por Mediapro y Abertis. ¿A qué conocen Mediapro y Abertis? Son muy conocidas del señor Zapatero. Y ahora, aprovechando la ocasión y sabiendo que ya tienen ustedes candidato, quisiéramos saber en el Partido Popular, ya que don Tomás Gómez quiere hacer lo mismo que Zapatero...

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor González López, le ruego, al igual que al señor Ruiz Castillo, que se atenga a la cuestión.

El Sr. **GONZÁLEZ LÓPEZ**: Estaba comparando los datos del primer trimestre de Televisión Española con Telemadrid. *(Risas en los escaños del Grupo Parlamentario Socialista.)*

La Sra. **PRESIDENTA**: Yo rogaría a todos ustedes, a los portavoces especialmente, que se atengan a la cuestión de la comparecencia por la buena marcha de la Comisión. Muchas gracias.

El Sr. **GONZÁLEZ LÓPEZ**: En todo caso, nos interesa que el Partido Socialista ponga en claro cuál es su modelo de Telemadrid. Eso es importante saberlo porque, si van a hacer lo mismo que en Televisión Española, aviados vamos; con la gestión que están haciendo ustedes, desde luego que aviados vamos.

Mire, hay algún dato más importante que deben saber los madrileños. Ahora Telemadrid va a tener que disponer un 1 por ciento más de sus ingresos para la explotación y financiar cine español, y queremos saber si están ustedes de acuerdo. Desde luego, en nuestra gestión, las cuentas están claras, y queremos saber lo que opina el Partido Socialista. Nosotros somos bastante más serios de lo que ustedes creen. Mire, en cuanto a los datos...

(*Risas en los escaños del Grupo Parlamentario Socialista.*) Ríanse, pero les voy a dar unos datos de los que se van a reír mucho. ¿Saben cuánto cuesta la televisión del País Vasco a cada ciudadano? 69,53 euros a cada ciudadano. ¿Saben cuánto la de Baleares? 57,4 euros. ¿Sabe cuánto cuesta la de Cataluña? 44,81 euros. Y, ¿sabe cuánto cuesta la de Madrid? 12,99 euros. Esa es una excelente gestión de los socialistas: gasto, gasto y más gasto, sobre todo en una época de crisis galopante como en la que nos ha metido el señor Zapatero.

¿Manipulación? Hombre, yo creo que hay que ser un poquito más serios. Cuando recientemente hemos tenido unas gráficas en el telediario en las que se nos oculta en Televisión Española los datos del paro de una manera sibilina, en las que la barra del 20,5 por ciento del paro es prácticamente igual que la del 10 por ciento de la zona euro, me parece poco serio que usted hable de rigurosidad en Telemadrid. Telemadrid es bastante más riguroso porque nosotros abogamos por la seriedad y, desde luego, no hacemos despilfarros, como algunos sueldos de algunas presentadoras de Televisión Española que cobran en torno a 60.000 u 80.000 euros, según recogen algunos medios. Señora Directora General, nosotros queremos felicitarla por su gestión. Su gestión es todo.

¿Los datos? Los datos que tenemos de audiencia se corresponden, como usted bien ha dicho, a ese 8,5 por ciento previsto en ese trimestre. Ustedes deberían saber la teoría de los vasos comunicantes; hay una competencia feroz en ese sentido y los datos, incluso respecto a otras privadas, porque las privadas también participan de la parrilla, claro que sí, y son bastante mejores, por ejemplo, que La Sexta o que Cuatro. Eso tienen que decirlo, tienen que ponerlo en claro. Desde luego, en cuanto a FORTA, tenemos que decir que estamos en una situación bastante razonable, prácticamente a la par que el resto de televisiones, y ustedes lo saben.

Señora Directora General, quiero darle las gracias por sus explicaciones y felicitarla por su gestión. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias a usted, señoría. Para contestar a los portavoces de los Grupos Parlamentarios, tiene la palabra la Directora General por tiempo de diez minutos.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Linares Liébana): Muchas gracias. Los datos que yo les he ofrecido fueron presentados el pasado mes de abril en el consejo de administración del ente público en este cuadernillo: "Informe del primer trimestre. Marzo de 2010", que tienen los Grupos Parlamentarios. Por tanto, ahí tiene toda la información, señor Ruiz Castillo, y verá que todo lo que les he dicho está expresado con el rigor que me caracteriza y viene aquí reflejado en el informe del primer trimestre.

De todas maneras, quiero resaltar varios puntos. En primer lugar, este primer trimestre del año se ha caracterizado por un alto cumplimiento presupuestario, especialmente en cuanto a los gastos de explotación. Así de claro.

En segundo lugar, si comparamos el período del primer trimestre de este año 2010 con el mismo período del ejercicio 2008, podemos decir que, en condiciones equivalentes, las medidas de ahorro puestas en práctica supusieron un ahorro de 6,4 millones de euros.

Tercer punto. La audiencia de Telemadrid fue de 8,5, como ha dicho muy bien el portavoz del Partido Popular, que es el presupuesto que teníamos: 8,5.

Cuarto punto. Como he dicho en mi comparecencia, la audiencia de todas las televisiones bajó durante el primer trimestre de este año comparándolo con el último trimestre del año anterior o bien con el mes de diciembre; me da exactamente igual, es lo mismo, con la única excepción, insisto, de Televisión Española. Si va a este cuadernillo, que no me cabe la menor duda que lo tendrá, en la página 15 hay unos cuadros con una serie de datos en los que, efectivamente, vemos que comparando -es como se hace la comparación trimestral- los dos últimos trimestres, es decir, el primer trimestre que nos ocupa del año 2010 con el último trimestre del año 2009, Canal Sur bajó un 0,5; ETB 1, un 0,2; ETB 2, un 0,7; la televisión gallega, un 0,2; Telemadrid, el 0,7 que he mencionado antes; Canal 9, un 1 por ciento; Castilla-La Mancha, un 1,2; Asturias se ha quedado igual; TB3 ha subido un 0,4, efectivamente, junto con lo que usted ha mencionado de que TB3 también ha subido un 1,1; Murcia ha bajado un 0,4; Canarias ha subido un 0,1 y Aragón ha bajado un 0,2. Éstos son los datos.

En cuanto a las televisiones privadas, es cierto que son distintas a las públicas pero competimos en el mismo mercado y, en este mercado en el que competimos, tanto Telecinco como Antena 3 tienen unos presupuestos más de diez veces superiores a lo que tiene Telemadrid, y se mueven, por tanto, en otro contexto interno, pero el contexto externo es el mismo. En este contexto, Antena 3 bajó 1,9; Telecinco bajó el 0,6; Cuatro también bajó 1,2; La Sexta, a nivel nacional, se mantuvo en la misma cuota que tenía el trimestre anterior y, como he dicho, sólo Televisión Española ha subido un poco más. Éstos son los datos que pueden encontrar en el informe del primer trimestre de marzo de 2010 que entregué al consejo de administración del ente público el 20 de abril de 2010. Por mi parte, nada más.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señora Presidenta. Pasamos al segundo punto del orden del día.

C 324/10 RGEP. 3278, Comparecencia de la Sra. Dña. Isabel Linares Liébana, Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre desarrollo y contenidos de "www.telemadrid.es". (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

C 395/10 RGEP. 3658, Comparecencia del Sr. Sra. Directora General del Ente Público Radio Televisión Madrid, a petición del Grupo Parlamentario Popular, al objeto de informar sobre presente y futuro de telemadrid.es. (Por vía del artículo 221 del Reglamento de la Asamblea).

Disponen de cinco minutos cada uno para explicar los motivos de petición de la comparecencia. En primer lugar, tiene la palabra el portavoz de Grupo Parlamentario Socialista señor Ruiz Castillo.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Quiero hacer un inciso, si me lo permite. Como dice mi compañero señor Piñedo, espero que esto no se convierta en comparecencias del Partido Socialista sino de los comparecientes porque, a tenor de algunas

intervenciones, parece que quienes estamos compareciendo somos nosotros.

Respecto a la cuestión que nos trae, "www.telemadrid.es", ¿por qué la traemos? En el último presupuesto y a través de las últimas sesiones que hayamos desarrollado en esta Comisión, la Directora General siempre ha traído a colación el tema de la página web de Telemadrid como una de las mayores apuestas de Telemadrid y, en el fondo, queremos ver si esa apuesta se está realizando, si es de calidad, etcétera. Yo tengo aquí abierta la página de "telemadrid.es" y, como usted comprenderá, no voy a entrar en cuestiones técnicas porque no soy un experto en la materia, pero le digo cuáles son las noticias más destacadas: "El Ayuntamiento de Madrid reparará en 72 horas los desperfectos urgentes.", "España tiene que hacer más ajustes.", "Dos heridos graves en la M-111", Contador, Pedrosa, etcétera. En fin, creo que una página web que se dirija a los ciudadanos de la Comunidad de Madrid debería tener otros contenidos. No entraré en esto hasta la segunda parte de mi intervención, pero sí le quiero preguntar algunas cuestiones sobre esta página.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Ruiz Castillo, ¿cuáles son los motivos de la comparecencia? Aténgase a la cuestión, se lo ruego.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: ¡Si estoy hablando de la página web y la comparecencia es sobre eso, señoría! ¿A qué quiere que me atenga si le estoy leyendo la página web de Telemadrid? Se lo prometo, es la página web de Telemadrid, no estoy leyendo El Alcázar ni nada de eso, es de Telemadrid.

Señora Directora General, según sus previsiones, ¿cuánto ha ingresado por publicidad - publicidad notable- en la página? Miren ustedes, ¿cuál es el porcentaje de distribución de noticias de las diferentes fuerzas políticas que se dan en la página web? ¿Qué número de entradas ha tenido o tiene de media normalmente la página web? ¿Qué nivel de seguridad le han aplicado ustedes a esta página? Y ya que hablábamos antes de directivos, ¿cuántos directivos de los que componen la plantilla trabajan en esta página y cuál es la plantilla de esta página? Con mucho gusto, cuando reciba toda esa información, volveremos a intervenir. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Señor Ruiz Castillo, esta Presidencia entiende que usted tiene los motivos que ha explicado al inicio de la intervención para solicitar la comparecencia; pero usted sabe que, cuando se solicitan datos, preguntas y cuestiones concretas, es en el segundo turno en el que usted interviene y la Directora General tiene un segundo turno para contestarle. (El Sr. **RUIZ CASTILLO**: *No es así.*) Sí, señor Ruiz Castillo. Ya lo ha hecho y, para que no entienda que esta Presidencia esta permanentemente... Es que usted se sale de la cuestión del orden del día, y el primer turno, de cinco minutos, es simplemente para explicar los motivos que le llevan a solicitar la comparecencia, no para hacer preguntas ni plantear cuestiones al compareciente. Tiene la palabra el portavoz del Grupo Popular, señor Jiménez de Parga por tiempo de cinco minutos, y también le ruego que se atenga a la explicación y los motivos de la comparecencia. Muchas gracias.

El Sr. **JIMÉNEZ DE PARGA MASEDA**: Muchas gracias, señora Presidenta. Como no puede ser de otro modo, nos vamos a adecuar, obviamente, a las razones por las cuales solicitamos la comparecencia de la Directora General, porque en el fondo somos profundamente reglamentistas y respetuosos con las normas establecidas. Las razones por las cuales solicitamos que esta Directora intervenga en esta Comisión parlamentaria es para conocer cómo Telemadrid se adecua a los nuevos tiempos en televisión, cómo ha convertido Telemadrid en un canal multimedia y cómo Telemadrid afronta este nuevo reto tecnológico que a fin de cuentas es la nueva manera de ver televisión. Nada más, muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor portavoz. Tiene la palabra la Directora General por tiempo de quince minutos para contestar a los Grupos Parlamentarios.

La Sra. **DIRECTORA GERENTE DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Linares Liébana): Muchas gracias, señora Presidenta. Señorías, voy a hablar de nuestra web. Creo que en la respuesta que voy a dar sobre las preguntas que me han hecho están muchas de las cosas que se

acaban de poner de manifiesto y espero, por tanto, responder a todas ellas.

La verdad, para mí, nuestra web es una satisfacción. Hemos empezado con una serie de proyectos sobre los que estamos avanzando, creo que muy bien, estamos alcanzando los objetivos que nos hemos propuesto. Está cambiando muchísimo y evolucionando tremendamente la tecnología, no sé si leyeron hace apenas 48 horas los datos que daba la Patronal Española de Tecnología Asimelec en cuanto a que el 25 por ciento de los españoles entre los 16 y 74 años consumen contenidos de televisión a través del ordenador, de internet, y esto es imparable; por ello la apuesta de Telemadrid de estar en internet es totalmente clave.

¿De dónde venimos? Venimos de una web que era exclusivamente un servicio de noticias. La infraestructura de esa web era 1.0, lo que significa que era estática, no tenía ninguna posibilidad, y hemos migrado del 1.0 al 2.0 y ya últimamente 3.0 a partir de julio de este año. Esta renovación la empezamos hace dos años, es una renovación total ya que teníamos que adecuarnos a este momento de desarrollo tecnológico que se estaba viviendo. Lo primero que hice fue la creación de un departamento multimedia, que no existía, y aquí agregamos toda la comunicación a través de internet, que es obvio, pero también a través de móviles y a través de otras tecnologías digitales.

En los primeros meses acometimos con urgencia una serie de cambios en la web para medir el tráfico que teníamos en la web y poder insertar anuncios comerciales. En ese momento no había ingresos comerciales por la web y queríamos convertir la página web en un centro de generación de recursos. En los primeros momentos fraguamos una alianza muy buena con "You Tube" y creamos una serie de portales nuevos, como fueron "Postales de Madrid" y "La salud al día", y también actualizamos el diseño de la página. Con estas mejoras tecnológicas pusimos en marcha el primer gran portal, que fue "Madrid directo", no podía ser otro y lo hicimos con "Madrid directo", ese programa emblemático de Telemadrid.

"Madrid directo" tanto por tráfico como por relevancia, creo que también ha sido un éxito, los redactores de "Madrid directo" son los primeros periodistas que empezaron a usar "Twitter" y por primera vez se posicionan los videos en un mapa de

la región de la Comunidad de Madrid. Todas estas iniciativas las agrupamos bajo el proyecto de la migración de 1.0 a Telemadrid 2.0. Pero aun así con 2.0 todavía no estábamos preparados para crecer en audiencia y ser un canal verdaderamente multimedia, teníamos que hacer una revisión total de la infraestructura, de la capacidad, de los cimientos y a la vez enfocar las necesidades de cara al futuro.

Vimos la necesidad de adquirir nuevos y más modernos servidores de Internet. Los que teníamos estaban obsoletos. También vimos la necesidad de implantar un sistema de gestión de contenidos que fuese más eficaz, más flexible, escalable y evolucionable. Teníamos que mejorar el rendimiento publicitario, teníamos que ganar tráfico, ganar dinero, y teníamos que dar la emisión en directo con calidad y hacer la web accesible. Por tanto, pusimos en marcha el proyecto que denominamos "Telemadrid Interactiva 3.0", que dividimos en tres bloques distintos: uno era la infraestructura de la web, otro era el diseño de la página, y otro eran los contenidos, con el gestor de contenidos.

Empezamos a trabajar ya el año pasado, con el concurso que sacamos a final de año. Los trabajos comenzaron a principios de 2010. En cuanto a la infraestructura, que es el robustecimiento de la web, conseguimos que los servidores de Internet mejorasen la seguridad y la disponibilidad del servicio, que son muy importantes. Instalamos un nuevo sistema de gestión de contenidos, con una definición de flujos de trabajo acorde y que tuviese este paralelismo con la estructura de Telemadrid, y conseguimos también una mayor flexibilidad a la hora de acometer nuevos servicios o evolucionar en los existentes. Una vez que dimos estos primeros pasos, ya se pudo mejorar el diseño de la web con capacidades multiplataforma y multimedia, y así pudimos ampliar el catálogo de contenidos con televisión a la carta y apostar por el "software" libre y la accesibilidad.

La primera versión de "Telemadrid Interactiva 3.0" se puso en producción el 26 de julio del año 2010, hace unos meses, y ahora, en este mes de octubre, va a entrar en producción una segunda fase del proyecto que incluye ya las aplicaciones para móviles, para el "iPhone", para el "iPad"; incluye también el portal corporativo y una serie de mejoras de los servicios informativos. La

tercera fase, que es para finales de este mismo año, va a incluir la creación de portales específicos para Onda Madrid y para La Otra. Ya en el año 2011, con la migración del resto de portales, se extenderá Telemadrid a todos los móviles, dando por concluido el proyecto "Telemadrid Interactiva 3.0" catorce meses después de su inicio, según lo planeado tanto en plazo como en presupuesto, espero. De esta forma vamos a estar tecnológicamente preparados para la mayor difusión de nuestros contenidos.

Quiero recordar que en el año 2009 empezamos a usar ya la tecnología "flash" para mostrar vídeos de programas y nuestros portales y las campañas promocionales, como la del apagón analógico, que tuvimos muchas entradas y muchas páginas. Muchos usuarios acudieron a Telemadrid para averiguar cómo era el apagón analógico. Esta puesta en marcha de "Telemadrid Interactiva 3.0" ha traído como novedad el servicio a la carta y una gran evolución de todos los programas informativos de la casa. Todos ellos tienen ya su hueco en la web y se pueden consultar hasta un mes de histórico. Ahí, en "A la carta", "Buscar" -si lo está viendo, señor Ruiz Castillo-, puede poner, por ejemplo, "Círculo a Primera Hora" de este lunes, y le sale la entrevista que se hizo a Tomás Gómez, primicia en Telemadrid. La primera entrevista que dio Tomás Gómez después de su éxito el domingo es en Telemadrid, a pesar de que está saliendo en todos los medios, y ayer lo oía decir, que en Telemadrid tiene una mordaza. No lo entiendo muy bien, cuando estuvo en Telemadrid el mismo lunes a las nueve de la mañana, pocas horas después de su éxito del domingo. Ahí lo puede ver, que veo que lo está haciendo, y le dará una idea de cómo está. En esa televisión a la carta, como digo, se puede consultar hasta un mes de histórico de los programas diarios y tres meses de los programas semanales. Va a seguir creciendo con la introducción del archivo histórico de Telemadrid, gracias al proyecto de digitalización del archivo que estamos ultimando.

En cuanto al gestor de contenidos, la implantación ha permitido la formación de editores multimedia en la redacción de informativos y en la redacción de deportes. Pretendemos aumentar la cantidad de información de la web y del resto de soportes, generar contenidos específicos multimedia, se han creado una serie de "blogs" de periodistas relevantes y nuevos formatos informativos enfocados

a la comunicación digital. Antes habíamos creado otros portales verticales, como el de "Madrileños por el mundo" y el de "Madrid opina". Ésta es la línea que queremos seguir: la de poner en valor los contenidos de Telemadrid, entre los que cabe destacar dos ejemplos que acaban de empezar, que son la web de "Crackovia TV" y la web de "Embajadores en Madrid". Éstos son dos programas de estreno de la temporada de Telemadrid en La Otra, y es muy significativo el éxito de "Crackovia" en Internet. Cada semana, entre los diez vídeos más vistos en Telemadrid, ocho son vídeos de "Crackovia", demostrando así el enganche que esta producción tiene con el público más joven que está mayoritariamente en Internet. Con lo cual, estamos intentando llegar a más públicos, no sólo a través de Telemadrid, televisión tradicional, sino a través de Internet y cómo se está configurando el gestor de contenidos de "Telemadrid.es". Además, también hemos emprendido una serie de mejoras en la calidad de emisión de los contenidos informativos, y se han agrupado todos los vídeos informativos en una página específica.

Todo esto nos ha permitido que "Telemadrid.es" haya comenzado a abrirse al exterior. Se ha dado un impulso decisivo al acuerdo con "Yuchu", que supone ya un diez por ciento de la facturación de Telemadrid multimedia. Se han creado las páginas de "Facebook", de los principales programas, con el objetivo de dirigir tráfico a los portales de Telemadrid. Diariamente se dinamizan, contándose casos de éxitos, como el grupo de "Madrileños por el mundo", que ya supera los 22.000 seguidores, y cabe destacar que Telemadrid fue uno de los primeros medios de comunicación de estar en "Tuenti", la red social española enfocada a adolescentes.

La comunicación de carácter más informativo se centra en Twitter", que es esta plataforma más dinámica basada en SMS que sólo permite 140 caracteres con titulares. Pues, Telemadrid "twittea" todas sus noticias, partidos de la Champions también los tenemos todos en "Twitter", y por primera vez este año se transmitió por "Twitter" el debate del estado de la región.

Además, de estos esfuerzos, el gran dinamizador de tráfico en los próximos años seguirá siendo "Google", y la batalla por estar entre los primeros resultados del buscador requiere que en

Telemadrid tengamos que desarrollar y tener una gran experiencia. La suerte es que el proyecto "Telemadrid interactiva 3.0" sienta las bases tecnológicas para poder competir, que era algo absolutamente imposible con la versión anterior de la web. Los trabajos para mejorar el posicionamiento en buscadores ha comenzado ya y se va a prolongar durante los próximos meses. En el año 2011 vamos a realizar una serie de campañas puntuales de marketing en buscadores y en redes sociales para que, efectivamente, cuando alguien en su casa teclee "Noticias Madrid", las noticias que están en "Telemadrid.es" sean las que aparecen en mejor posición.

El trabajo tiene que ser continuo y sostenido para que los contenidos de Telemadrid se vean y se encuentren en la red, donde compiten con centenares de medios, millones de páginas y millones de "blogs". En paralelo, también tenemos que tener esta adecuada promoción tanto de la web como de los contenidos para móviles, y esto va a ayudar a trasvasar audiencia de estos medios -de Telemadrid y de Onda Madrid- a Internet y a los móviles, cerrando el círculo de promoción y soporte entre todos los medios.

Para poder monitorizar los cambios que se han ido produciendo, era muy importante medir el tráfico en nuestra web, y desde abril del año 2009 nuestros datos son auditados por "OJD", y son oficiales. Gracias a ello, se pudo demostrar que nuestra web tenía también su oportunidad comercial. Anteriormente, las mediciones, que no eran las auditadas por "OJD", había otras mediciones en el año 2008, nos daban 90.000 usuarios y 650.000 páginas vistas de media mensual. Pues bien, hemos pasado a 335.000 usuarios y 1,6 millones de páginas vistas de media mensual. Por tanto, nuestros usuarios han crecido más de un 400 por ciento, y los ingresos no se han quedado atrás al pasar de la nada, porque ni siquiera en la página había un hueco para poder poner la publicidad, con lo cual en 1.0 no era posible generar ingresos publicitarios porque no había donde poner el anuncio de publicidad, que fue uno de los primeros cambios que se hizo con el 2.0. Por tanto, hemos pasado de la nada a los 325.000 euros, que es con lo que vamos a cerrar este año, que es el presupuesto. El presupuesto de ingresos a través de la web es de 325.000 euros.

Sólo la emisión de la Champions ha dado picos de audiencia de 100.000 personas. Cierto es

que la emisión de la Champions es nuestro producto más potente y, como he dicho, ha dado picos de 100.000 personas en un día. Todos los contenidos relacionados con la vida cotidiana en Madrid son también los más seguidos: en las grandes nevadas de enero tuvimos unos picos muy parecidos a los que estamos mencionando de la Champions.

Con la nueva web, la 3.0, después de dos meses de rodaje, ha aumentado en un 25 por ciento la actividad de los usuarios; el consumo de vídeos ha crecido un 50 por ciento y sigue aumentando, y esto nos permite comercializar la publicidad antes de cada vídeo en campañas multisoporte. Ahora, los anunciantes de la televisión pueden también anunciarse en internet y nuestros vendedores, los comerciales de Telemadrid, llevan también de forma natural la publicidad en internet. Por tanto, la publicidad en vídeos y los patrocinios de determinados contenidos, como el de Heineken para la Champions, nos permiten alcanzar esos 325.000 euros de ingresos a final de año.

Con la entrada de Telemadrid en el mundo móvil, en este último trimestre, con los proyectos de movilidad que se acometen en 2011, abriremos una nueva línea de negocio que, esperamos, despuntará en la segunda mitad de 2011.

Señorías, para terminar me gustaría insistir en la necesidad de estar presentes en todas aquellas plataformas que la tecnología ponga a nuestro alcance. Hace doce meses, los ordenadores "tablets" como el "iPad" eran el futuro y hoy ya son una realidad. Hace doce meses, internet aún no había entrado en los receptores de televisión y, anteayer, Google y Logitech han presentado el primer receptor certificado que se va a convertir en un auténtico rey del entretenimiento en nuestras casas: ordenador y televisión. Hace doce meses empezábamos a experimentar con la televisión en alta definición y hoy ya estamos hablando de televisión en 3D. La evolución de soportes y de iniciativas multimedia y multiplataforma es frenética y Telemadrid tiene que estar ahí.

Por último, he de mencionar que, en la creación de las aplicaciones para "iPhone", "iPad" y "Android" en estos próximos meses, Telemadrid quiere dar un paso al frente para introducirse en el mundo de la movilidad, como he mencionado. El año 2011 va a ser el año de la expansión de los teléfonos móviles inteligentes, de los "smartphones", y

queremos adaptarnos para ofrecer contenidos a todos estos dispositivos en base al nuevo estándar del código fuente que está llegando desde Estados Unidos: el HTML5. Estos teléfonos van a permitir nuevas formas de comunicación: se va a poder localizar a una persona mientras camina o viaja en autobús, y esto tiene muchas aplicaciones y muchas implicaciones. También se va a fomentar el periodismo ciudadano: van a poder enviar vídeos desde sus móviles localizándolos en un mapa virtual de la Comunidad.

Desde el punto de vista de negocio y de audiencia, internet seguirá siendo soporte de referencia. Tenemos que aprovechar las redes sociales, tenemos que acertar con las campañas de marketing que nos van a permitir aumentar el conocimiento de los contenidos de la televisión y de la radio, y tenemos que seguir evolucionando en la web periódicamente. Una web que no cambie, se quedará obsoleta. En definitiva, tenemos que seguir para hacer de Telemadrid multimedia un conjunto de propuestas de comunicación digital en ordenadores, en móviles, en teléfonos, en "tablets", en grabadores de vídeo, en televisores. Va a requerir alguna inversión, va a requerir también buenos acuerdos con terceros, pero creo que en Telemadrid estamos preparados para afrontarlo. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias a usted, señora Directora. Tiene la palabra el portavoz del Grupo Socialista por tiempo de diez minutos.

El Sr. **RUIZ CASTILLO**: Muchas gracias, señora Presidenta. Muchas gracias por sus explicaciones, sobre todo en el ámbito tecnológico. Le aseguro que en lo del HTML5 me pierdo un poco; supongo que debe ser muy bueno, pero ahí me pierdo un poco. En esta primera comparecencia sobre la web de Telemadrid -espero que pueda haber alguna más antes de que termine la Legislatura- me interesa muchísimo saber -y por eso le hacía las preguntas en mi primera intervención, para indicarle qué era lo que más me importaba en esta comparecencia, no por otra cosa- si usted considera que, con el número de usuarios actual que tiene la página web, los gastos y el coste que tiene en estos momentos la página web, se acomoda a la rentabilidad -supongo que lo medirán porque, además, usted es muy aficionada a medir estas

cosas, lo que me parece muy bien-; me gustaría saber si, por ejemplo, han medido eso, lo que han costado o están costando los gastos de explotación de la página y los costes estructurales, si se acomodan o pueden ser claramente identificables con la rentabilidad que tiene en estos momentos la página web o que ha tenido en el último año, desde julio.

También, por ejemplo, cuando entro en la página tengo alguna duda porque algunas veces parece que no la hacen los informáticos pero que tampoco son periodistas, o que hay una mezcla rara. ¿Quiénes son los que vuelcan los contenidos? Estamos hablando del funcionamiento técnico de la página, que supongo que estará hecho por informáticos, lógicamente especialistas en redes; pero, cuando uno acude a las cuatro principales entradas que tienen ustedes: “noticias”, “programas”, “a la carta” y “en directo”, no queda claro, por lo menos a mí -puede ser que sea cuestión mía-, si son periodistas los que vuelcan el contenido o si son trabajadores de Telemadrid, por ejemplo, en el caso de las noticias, ajenos a quienes realizan los informativos o si son los editores de los informativos quienes vuelcan esas noticias.

Habla usted de la complejidad de esta página y me gustaría conocer qué gente tiene usted en este equipo multimedia que ha puesto en marcha; conocer cuánta gente de Telemadrid tiene usted dedicada y qué tipo de personal es. Por eso le he preguntado cuántos directivos había.

También me gustaría saber -si no dispone ahora mismo de estos datos podemos verlos en cualquier otro momento-, tal y como se mide en estos momentos en cualquier página web, qué niveles de seguridad tiene esta página.

Luego le aclararé por qué es lo de la mordaza de don Tomás Gómez; luego se lo digo. Evidentemente, supongo que en la entrada “lo más visto” y en la de “noticias” se medirán qué noticias y cuánto se dedica en esta página para que no se convierta en la Telemadrid de internet; cuánto se dedica y cómo se distribuyen las noticias de las diferentes fuerzas políticas.

Tres conclusiones y acabo. En primer lugar, yo no soy ningún experto en páginas web pero, en mi opinión, después de haber visto muchas, es una página técnicamente mejorable -usted ya ha hablado de eso-, y bastante mejorable. Es una página que

todavía no es lo suficientemente accesible para cualquier ciudadano de la Comunidad de Madrid. Le aseguro a usted que para encontrar algunas cosas, como me acaba de pasar ahora mismo a mí, hay que saber buscar y hay que saber navegar. Creo que la página web de Telemadrid, la que va dirigida a los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, aparte de contener lo último en tecnología, tendría que ser de fácil acceso y que fuera fácil encontrar los contenidos que cualquier ciudadano quiere buscar en una página web.

Le voy a explicar por qué lo de Tomás Gómez. Hemos hecho la prueba. Usted me ha dicho que entrara en “Círculo a primera hora” y yo he buscado -sé buscar esto- y dice el resultado de la búsqueda: día 6, Ignacio Echeverría; día 7, Isabel López Chamosa; día 7, Esperanza Aguirre; día 8, no dice nada. Le estoy diciendo lo que sale. ¿Sabe usted dónde sale Tomás Gómez cuando uno pincha “Círculo a primera hora”? En la segunda página, el último; salen entrevistas de quien quiera usted, como la del día 14 de septiembre a Trinidad Jiménez, antes que la del día 4, a Albert Boadella, a Sánchez Dragó, a Alberto Ruiz-Gallardón, a Arturo Fernández... Va usted a la página dos y ahí empieza con M^a Ángeles, Gustavo Arístegui, Esteban González Pons, Javier Rojo, Ignacio González, Elena Valenciano, Francisco Granados, Lucía Figar, Jaime Mayor y, el último, Tomás Gómez. Entrevista hecha el día 4. Estoy convencidísimo de que no está hecho con mala fe, pero tal vez, para que Tomás Gómez no tuviera algunas quejas de este tipo, sería bueno que las entradas fueran por fechas y entre las últimas que apareciera fuera la de Tomás Gómez. Yo creo que es una buena página web, pero muy mejorable, que se debe entender de manera distinta a la que se está entendiendo la distribución de noticias y espacios de dicha página de las distintas fuerzas políticas. Nada más y muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias a usted, señoría. A continuación, tiene la palabra el portavoz del Grupo Parlamentario Popular, señor Jiménez de Parga por tiempo de diez minutos.

El Sr. **JIMÉNEZ DE PARGA MASEDA**: Gracias, señora Presidenta. Señor Ruiz Castillo, ¡qué razón tiene usted al reconocer que tiene usted poca idea de páginas web! Realmente, a tenor de su

intervención, su desconocimiento alcanza niveles enciclopédicos.

Para entender, señorías, lo que es la adecuación de una televisión pública a las nuevas televisiones, lo que es la televisión multimedia, tenemos que explicar y contextualizar lo que es la nueva revolución tecnológica en este país y en todos. Datos muy significativos, señorías, que, sin duda alguna, centrarán la intervención.

En España, a día de hoy, hay 24 millones de internautas, más de la mitad de la población; el 60 por ciento de los hogares españoles dispone de un ordenador personal; el hogar, la casa de cada persona, es el lugar preferido para conectarse dado que el 80 por ciento lo hace desde su casa; el 60 por ciento de la población de diez y más años de edad ha accedido a internet alguna vez; el 70 por ciento de quienes han accedido a internet alguna vez son internautas frecuentes; siete de cada diez personas consideran las nuevas tecnologías muy importantes en su proyecto educativo y en el mundo laboral, el gasto de los hogares españoles en servicios TIC se sitúa por encima de 6.400 millones de euros al trimestre. Son datos fundamentales, señorías, para darnos cuenta de que la revolución tecnológica en el mundo audiovisual pasa, sin duda alguna, por internet, porque es la nueva manera de ver televisión y, según nos ha explicado la Directora General, Telemadrid, sin duda alguna ha sabido entender y adecuarse a esas nuevas tecnologías.

¿Qué ocurre, señorías con las nuevas televisiones? Que la sociedad demanda que las televisiones sean televisiones a la carta, es decir, que la gente vea la televisión cuando y como quiera; que si no ha podido ver un programa de televisión que se emitía a las 10 de la noche, tenga la oportunidad de verlo a las 12 de la noche a través del ordenador. ¡Ésa es la televisión a la carta, señorías! Fundamental para conocer lo que la nueva televisión y la manera de ver televisión.

Esa adecuación de las televisiones a la nueva realidad social convierte, sin duda alguna, las páginas web de las televisiones en un segmento fundamental de las nuevas tecnologías y esas páginas web se convierten incluso en realidades como son nuevas productoras de televisión, con unos ingresos y gastos significativos. Señor Ruiz Castillo, la Directora General ha explicado los ingresos que pretende ingresar Telemadrid en este año a través de

su página web, que no son ingresos menores, son ingresos que rondan los 325.000 euros. También ha señalado la Directora General que el incremento de internautas que acceden a la página web de Telemadrid ha supuesto de un 400 por ciento. Son datos relevantes, señorías, significativos, de la nueva realidad social, de la nueva manera de ver televisión.

Hay otra circunstancia fundamental: la interacción de los televidentes con la propia televisión. ¿O no saben ustedes, señorías -y sin duda alguna lo van a recordar-, que en las retransmisiones de los partidos de fútbol, ya sea en Telemadrid o en otras cadenas, el locutor constantemente está repitiendo que los internautas vayan a la página web y comenten el partido? Se hace constantemente, y permite esa interacción fundamental en la nueva manera de ver televisión. Pero no es un asunto baladí, señorías; es fundamental para entender lo que es la nueva página web de una televisión, ya sea pública o privada. Es fundamental esa interacción, sobre todo cuando el consumo de esas páginas procede de la gente joven, porque, a fin de cuentas, lo que se consigue en el futuro es fidelizar a esa gente en el consumo de televisión. ¡Claro que son datos importantes! Pero, obviamente, el desconocimiento del portavoz le impide entender la nueva realidad social.

Además, señorías, otro dato es que se fomenta el consumo de información porque son constantes las entradas a través de la página web de los internautas, necesitados de recabar información. Es así. Las televisiones, y en este caso Telemadrid, han sabido adecuarse a esos nuevos tiempos de consumo de televisión.

Señoría, los contenidos de las páginas, en este caso de la web de Telemadrid, no sólo son contenidos informativos. No he entendido muy bien qué criticaba usted. ¿Qué noticias relevantes quiere usted que destaque la página de Telemadrid? Las noticias del día.

Entonces, señorías, lo fundamental para entender esta comparecencia es que Telemadrid no puede ser ajena a este nuevo mercado, no solamente televisivo sino incluso publicitario. No puede ser ajena a la nueva manera de ver televisión, que va a ser aun más importante en los próximos meses, porque la gente no solamente utilizará el ordenador para ver televisión sino que lo va a hacer, tal como lo está haciendo, a través de otros medios,

como puede ser el teléfono móvil o las nuevas revoluciones que nos esperan. Es la nueva manera de ver televisión; es el futuro, sin duda alguna, del consumo televisivo, y es fundamental entender cómo se realiza. Telemadrid ha sabido adecuarse a esos nuevos tiempos. Lo que sí solicitamos es que, en previsión de ese nuevo consumo de televisión, se adecuen las partidas presupuestarias para que Telemadrid afronte con las garantías suficientes este nuevo mercado televisivo, esta revolución -señorías, es una revolución- a la hora de ver televisión. Nada más, muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Para contestar a los Grupos Parlamentarios, tiene la palabra la Directora General por tiempo de diez minutos.

La Sra. **DIRECTORA GENERAL DEL ENTE PÚBLICO RADIO TELEVISIÓN MADRID** (Linares Liébana): Gracias, señora Presidenta. Voy a contestar a las preguntas que me ha realizado el portavoz socialista. El departamento de multimedia tiene once personas: diez más el jefe; son seis redactores y cinco técnicos. Pensamos mucho en la organización de este departamento. Básicamente hay dos modelos: uno es tener un departamento muy grande que sea autosuficiente, y otro se basa en intentar aprovechar las sinergias que hay, intentar que haya convergencia con otros departamentos; pero fuimos a este segundo modelo. Este segundo modelo significa que, en la página web, estas once personas hacen una serie de cosas; pero, si miramos el monto total, a lo mejor hacen un 20 ó 25 por ciento de los contenidos, y el resto viene de los propios programas. "Madrileños por el Mundo" lo nutren sus propios redactores, tienen sus propios "blogs" y, cuando están en el aeropuerto y tienen un momento, alimentan esos "blogs". Lo mismo pasa con las noticias. Por eso estamos intentando formar a todo el mundo, a los redactores, en que sean multimedia, porque no se escribe lo mismo cuando quieres escribir en una escaleta para el "Telenoticias" que cuando quieres dar la noticia en internet. Internet tiene sus propias reglas, pero son relativamente fáciles porque la materia prima es la misma. Entonces, no tenía ningún sentido volver a duplicar la materia prima y volver a hacerlo. El segundo modelo, que es el que hemos utilizado nosotros, es bastante

más eficiente en cuanto a coste y recursos humanos; por eso nos hemos ido por esa vía. De las once personas que hay, una es director y el resto no lo son. Por tanto, uno de los treinta y tres directivos que hay a fecha de hoy en Telemadrid, es el director de multimedia, que no es director de la web sino que es director de multimedia.

Me había preguntado también por el tema de las inversiones. Se han invertido 510.000 euros; es la cantidad que se ha invertido en Telemadrid es Interactiva 3.0. Éstas son las inversiones tanto del año pasado 2009 como de este año en curso 2010. El desglose de los 510.000 euros básicamente corresponden a: 200.000 en hardware, en servidores, en tener más memoria, en más capacidad. Uno de los problemas que teníamos en la web anterior es que no tenía suficiente capacidad, el canuto no era suficientemente grande y se nos caía porque no tenía capacidad para poder emitir una serie de vídeos. También teníamos que ver cómo podíamos aprovechar el diferencial que tiene Telemadrid, que son los vídeos. Por ejemplo, si uno va a la web "elmundo.es", que es la web más vista en idioma español de noticias, no tiene la riqueza que tenemos nosotros en vídeos. Con lo cual, teníamos que ver cómo podíamos explotar el tema vídeos; menos texto y más vídeos. Nuestra fortaleza, precisamente, son los vídeos. Todo lo que se genera en televisión lo tenemos en audiovisual. Por tanto, de esos 510.000 euros, 200.000 euros corresponden, como he dicho, a hardware y 310.000 euros a la prestación de servicios de distintos proveedores de diseño del gestor de contenidos, etcétera. En cambio, la parte de hardware se refiere a la parte de la infraestructura, de los cimientos, de cómo está aquí la plataforma, de cómo hemos montado la web.

Accesibilidad. La accesibilidad de la web de Telemadrid tiene la máxima puntuación, certificada por el organismo oficial, la AA. La puntuación AA es la máxima certificación de calidad que puede obtener una televisión. La única que tiene la puntuación AAA es la ONCE. Por tanto, como digo, tenemos en accesibilidad la puntuación AA. Cuando hablo de accesibilidad me refiero a la accesibilidad para personas con discapacidad, no se refiere a nuestra discapacidad, suya o mía, en intentar buscar algo. Yo me meto en la web a diario y me pasa lo mismo, y llamo rápidamente y digo: ¡oye!, pero ¿dónde está esto? Tenemos que mejorar. Eso se llama intuitiva.

Yo creo que nuestra web debe de ser muy intuitiva para los jóvenes, pero, por lo menos, no lo es tanto para mí, efectivamente, cuando me dicen: pero pincha aquí, pincha allá, digo, pero, ¡por Dios!, ¿cómo no se me ha ocurrido pinchar ahí? Efectivamente, tenemos que intentar, que nuestra web sea más intuitiva teniendo en cuenta, además, que las personas que acceden a ella son personas de más edad.

En cuanto a la entrada que hizo TM Interactiva 3.0, he mencionado antes que la entrega se hizo el 26 de julio. Hemos estado en pruebas durante el mes de agosto y buena parte de septiembre y acabamos de entregar una lista de 75 mejoras al proveedor. Entre esas mejoras, que yo he tenido la paciencia de ir viendo una a una, está la de la búsqueda de los programas, que consiste en que cuando introduces en el buscador la consulta y simplemente se pone el nombre del programa, aparecen por orden primero los más antiguos; de tal manera que si tenemos información, por ejemplo, de un mes o de tres mes, aparecen los más antiguos los primeros y para ver los actuales hay que ir al final, y tiene que ser, lógicamente, al revés. Tiene que aparecer el programa que se emite hoy, el primero, el programa de ayer, el segundo, el de anteayer, el tercero, ¿no? Ésa es una de las mejoras previstas, dentro de la lista de las 75 que tienen que modificar los proveedores, y lo van a modificar ya a fecha de hoy.

El nivel de seguridad es altísimo. La seguridad también está certificada desde el punto de vista de la seguridad de la web en cuanto a “hackers” y a virus. Uno de los módulos principales de la web precisamente era la seguridad. Es muy importante la seguridad, la integridad de la web y la integridad de los datos, que efectivamente tenga esa seguridad con una calificación muy alta. Creo que he contestado a todas las preguntas que me han hecho.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señora Directora. Le agradecemos nuevamente su presencia en esta Comisión. Pasamos al tercer punto del orden del día.

———— RUEGOS Y PREGUNTAS ————

¿Desean SS.SS. hacer algún ruego o alguna pregunta? (*Denegaciones.*) No habiendo ningún ruego ni pregunta, se levanta la sesión.

(Eran las doce horas y treinta minutos.)



**SECRETARÍA GENERAL
DIRECCIÓN DE GESTIÓN PARLAMENTARIA
SERVICIO DE PUBLICACIONES**

Plaza de la Asamblea de Madrid, 1 - 28018-MADRID Teléfono 91.779.95.00 - Fax 91.779.95.08

Web: www.asambleamadrid.es

e-mail: publicaciones@asambleamadrid.es

TARIFAS VIGENTES

B.O.A.M. Suscripción anual:	54,09 € .	Número suelto:	0,84 € .
D.S.A.M. Suscripción anual:	78,13 € .	Número suelto:	0,84 € .
CD-ROM Suscripción anual	12,00 € .	CD-ROM semestral	6,00 € .
SUSCRIPCIÓN ANUAL CONJUNTA B.O.A.M. - D.S.A.M.	112,39 € .		
SUSCRIPCIÓN ANUAL CONJUNTA B.O.A.M. - D.S.A.M. EN CD-ROM	16,00 € .		

- IVA incluido -

FORMA DE PAGO

El abono de las tarifas se realizará mediante:

- Talón nominativo a nombre de la Asamblea de Madrid.
- Giro postal.
- Transferencia bancaria a la cuenta núm. 2038 0603 28 6006392382, de Caja Madrid, Pza. Celenque, 2.

SUSCRIPCIONES (CONDICIONES GENERALES)

1. La suscripción será anual. El período de suscripciones finalizará el 31 de diciembre de cada año. Las altas que se produzcan durante el año, a efectos de cobro se contarán desde la primera semana de cada trimestre natural, sea cual fuere la fecha de suscripción dentro del trimestre.
2. El envío de los Boletines comenzará una vez se hayan recibido el importe correspondiente y la tarjeta de suscripción debidamente cumplimentada.
3. El suscriptor que no renovase la suscripción antes del 31 de diciembre será dado de baja.
4. La Administración del Boletín podrá modificar en cualquier momento el precio de la suscripción. El incremento o disminución comenzará a aplicarse a los abonados dados de alta a partir de la siguiente renovación de la suscripción.

C

TARJETA DE SUSCRIPCIÓN O RENOVACIÓN:

Nombre o razón social: CIF/NIF:

Domicilio: Núm.:

Distrito Postal: Localidad:

Teléfono: Fax:

DESEO SUSCRIBIRME AL 9 B.O.A.M. 9 D.S.A.M. 9 Conjunta B.O.A.M. y D.S.A.M.
De acuerdo con las condiciones establecidas a partir de y hasta el 31 de diciembre de 201_,
a cuyo efecto les remito la cantidad de Euros.

Mediante: 9 Giro postal 9 Talón nominativo 9 Transferencia bancaria a la c/c citada.

En, a de de 201_.