

# *Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid*



---

Número 285

21 de junio de 2022

XII Legislatura

---

## COMISIÓN DE TURISMO Y DEPORTE

### PRESIDENCIA

Ilma. Sra. D.<sup>a</sup> Juana Beatriz Pérez Abraham

Sesión celebrada el martes 21 de junio de 2022

### ORDEN DEL DÍA

**1.- PCOC-1243/2022 RGEF.8069.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Santiago José Rivero Cruz, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas con que está apoyando la Comunidad de Madrid la generación de nuevos productos turísticos en la región para completar los ya existentes y diversificar la oferta turística.

**2.- PCOC-1518/2022 RGEF.10446.** Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.<sup>a</sup> Ana Collado Jiménez, diputada del Grupo Parlamentario Popular, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas que ha tomado el Gobierno Regional para potenciar el turismo interno en la Comunidad de Madrid.

**3.- Ruegos y preguntas.**

---

## SUMARIO

|  | <b>Página</b> |
|--|---------------|
| - Se abre la sesión a las 10 horas y 2 minutos. ....   | 16651         |
| <b>— PCOC-1243/2022 RGE.8069. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Santiago José Rivero Cruz, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas con que está apoyando la Comunidad de Madrid la generación de nuevos productos turísticos en la región para completar los ya existentes y diversificar la oferta turística. ....</b> | 16651         |
| - Interviene la Sra. Collado Jiménez comunicando las sustituciones en sus grupos. ....   | 16651         |
| - Interviene el Sr. Rivero Cruz, formulando la pregunta. ....  | 16651         |
| - Interviene el Sr. Viceconsejero de Cultura y Turismo, respondiendo la pregunta. ....   | 16651-16653   |
| - Intervienen el Sr. Rivero Cruz y el Sr. Viceconsejero, ampliando información. ....   | 16653-16654   |
| <b>— PCOC-1518/2022 RGE.10446. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.ª Ana Collado Jiménez, diputada del Grupo Parlamentario Popular, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas que ha tomado el Gobierno Regional para potenciar el turismo interno en la Comunidad de Madrid. ....</b>   | 16655         |
| - Interviene la Sra. Collado Jiménez, formulando la pregunta. ....   | 16655         |
| - Interviene el Sr. Viceconsejero de Cultura y Turismo, respondiendo la pregunta. ....   | 16655-16656   |
| - Interviene la Sra. Collado Jiménez, ampliando información. ....  | 16657-16658   |
| <b>— Ruegos y preguntas. ....</b>  | 16658         |
| - No se formulan ruegos ni preguntas. ....   | 16658         |
| - Se levanta la sesión a las 10 horas y 24 minutos. ....   | 16658         |

*(Se abre la sesión a las 10 horas y 2 minutos).*

La Sra. **PRESIDENTA**: Buenos días. Vamos a dar comienzo a esta última sesión de la Comisión de Turismo y Deporte de este periodo de sesiones. Pregunto a los portavoces si hay alguna sustitución que comunicar a la Mesa. *(Pausa.)* No; vale. Ruego, entonces, al señor Martínez Rodríguez que nos acompañe aquí en la mesa para contestar a las preguntas. Y vamos a dar paso al primer punto del orden del día.

**PCOC-1243/2022 RGE.8069. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa del Sr. D. Santiago José Rivero Cruz, diputado del Grupo Parlamentario Socialista, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas con que está apoyando la Comunidad de Madrid la generación de nuevos productos turísticos en la región para completar los ya existentes y diversificar la oferta turística.**

La Sra. **COLLADO JIMÉNEZ**: Perdón, presidenta. Nacho Catalá va a sustituir a doña Isabel Redondo y se incorporará en los próximos minutos.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muy bien. Os recordaba que, de conformidad con el artículo 196 del Reglamento, el tiempo es de diez minutos a repartir, a partes iguales, entre el diputado que formula la pregunta y el representante del Gobierno. Tiene la palabra para formular la pregunta don Santiago Rivero, del Grupo Parlamentario Socialista.

El Sr. **RIVERO CRUZ**: Muchas gracias, señora presidenta. Bienvenido, señor viceconsejero, a la comisión. La pregunta que le planteábamos era qué proyectos tenía la Comunidad de Madrid para fomentar otro tipo de productos turísticos que no sean los habituales o los tradicionales. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor Rivero. Para contestar a la pregunta tiene la palabra el señor viceconsejero de Cultura y Turismo.

El Sr. **VICECONSEJERO DE CULTURA Y TURISMO** (Martínez Rodríguez): Buenos días, presidenta. Buenos días, señorías. En primer lugar, permítame hacer una reflexión, señorías, acerca del proceso de creación de productos turísticos, de la situación del destino de la Comunidad de Madrid, así como las tendencias actuales del mercado.

La creación de productos turísticos ha sido un ámbito de trabajo en el que nuestro equipo ha trabajado intensamente durante los últimos años. Como resultado de este proceso, hoy contamos con una amplia oferta de productos turísticos que incluye productos como Madrid Patrimonio Mundial, Villas de Madrid, CiclaMadrid, Ruta de los Castillos de la Comunidad de Madrid, Camino de Santiago en Madrid, Destination Weddings o Mad Rural, este último impulsado desde los grupos de acción local de nuestras comarcas turísticas, y que apoyamos y promocionamos desde la dirección general.

Además, la dirección general apoya y colabora con los grupos de acción local en la generación de productos y experiencias, a propuestas de los agentes de cada territorio. Este hecho, junto con que la mayor parte de los productos turísticos con los que contamos fueron creados con una visión de vertebración y cohesión del territorio, hace que exista oferta turística en un elevadísimo número de municipios.

La comunidad tiene un amplio catálogo de productos turísticos, nuestro porfolio es coherente, amplio y competitivo; no obstante, y en línea con las tendencias del mercado, nuestro objetivo, una vez que ya contamos con una base suficiente de oferta, es la definición y la promoción de experiencias concretas que inspiren el viaje a la región y que nos diferencien de otros destinos competidores.

A continuación trataré de explicarle brevemente cómo abordamos la generación de nuevas experiencias y propuestas para seguir mejorando nuestro posicionamiento en el mercado a través del diseño de experiencias turísticas de diversa índole. Por ejemplo, recientemente hemos elaborado un catálogo profesional de experiencias y escapadas culturales, gastronómicas o deportivas, dirigidas a operadores turísticos. Asimismo, la dirección general también elaboró una guía de experiencias accesibles en la comunidad; la promoción o propuestas específicas asociadas a la Semana Santa o a San Isidro; el diseño de rutas de senderismo gastronómicas, culturales, etcétera, que son promocionadas en nuestra web y en las oficinas de información turística. También la colaboración que sostenemos con los grandes museos de la región, Prado, Reina Sofía y Thyssen, que nos permiten innovar nuestra propuesta cultural; además de las visitas guiadas gratuitas de diferentes temáticas o de las visitas teatralizadas que impulsamos para ampliar la oferta turística de la región. Pronto incorporaremos un programa de visitas a bodegas, un producto muy interesante que pensamos que aún tiene gran potencial de crecimiento.

En los productos ya creados, continuamos dotándoles de contenidos, experiencias y agenda. A modo de ejemplo, ya que sería imposible detallar todo el trabajo que hace la dirección general y la consejería, en turismo deportivo este año impulsamos diferentes eventos de gran proyección turística internacional, así como otros eventos que generan flujos turísticos fuera de la capital, como Sierra Norte Bike Challenge, Campeonato Nacional de Swimrun, la Spartan Race, Campeonato Nacional de Motocross, además de seguir enriqueciendo productos como CiclaMadrid.

Por otro lado, estamos impulsando un modelo de trabajo en colaboración con las asociaciones empresariales de referencia en cada uno de los ámbitos y productos turísticos de la comunidad. Este nuevo esquema combina, tanto la creación de oferta de producto, como su promoción y comercialización en el mercado turístico; de esta forma, evitamos una de las principales debilidades que suelen tener muchos destinos que es la falta de penetración en el mercado turístico para la comercialización efectiva de su oferta. Ya está en marcha colaboraciones con Fedele, con la Asociación de Campos de Golf de Madrid, con Madrid Rutas del Vino, con la Fundación de Ferrocarriles Españoles, con la Asociación Madrid Nupcial o con la Asociación de Guías Profesionales de Turismo de la Comunidad de Madrid. Y pronto esperamos iniciar este esquema de trabajo con la Asociación

Madrileña de Tablaos Flamencos, con la Asociación de Ocio Nocturno de Madrid o con la Asociación de Agencias de Viaje Madrileñas, entre otras.

Finalmente, quiero traer a colación que, en la acción de cohesión entre destinos de la Dirección General de Turismo, en el marco de los fondos Next Generation EU, del mecanismo de recuperación y resiliencia, está previsto una actuación para el diseño y promoción de productos y experiencias turísticas sostenibles, en colaboración con las asociaciones del sector; lo que seguirá enriqueciendo nuestra propuesta al mercado turístico, así como el diseño de productos y experiencias turísticas accesibles en colaboración con nuestras comarcas turísticas. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, viceconsejero. Tiene la palabra el señor Rivero.

El Sr. **RIVERO CRUZ**: Muchas gracias, presidenta. Muchas gracias, viceconsejero. La verdad es que me ha sorprendido no escuchar, entre todos estos productos y destinos que usted ha nombrado, el turismo LGTBI, que tan importante en nuestra región.

Mire, el Consejo de Ministros, el Ministerio de Turismo ha destinado 26 millones de euros para proyectos de destino de turismo LGTBI, y también de turismo religioso. Y está comprobado -y usted los sabrá- que, por ejemplo, en el caso del turismo religioso el tener ciertos menús, el tener una oferta adaptada, hace que nuestra región pueda ser atractiva para personas con, además, un poder adquisitivo bastante alto proveniente de diferentes países, y no hablo de una religión en particular, sino que hablo de todas las religiones.

Y, en materia de turismo LGTBI, yo no sé si usted lo sabe, supongo que sí, pero en enero, en Fitur, se presentaba el Fitur LGTBI, y en la presentación estaba la ministra de Turismo, estaba la vicealcaldesa de Madrid y estaba también la señora consejera, y resulta que, de las tres Administraciones, la única que no había invertido ni un solo euro en materia de turismo LGTBI era la Consejería de Turismo de la Comunidad de Madrid. Me dicen desde los organizadores del Orgullo que sí han hecho un contrato de patrocinio por un montante de 20.000 euros; nosotros les hicimos también una enmienda en los presupuestos para que invirtieran en materia de turismo LGTBI. Hay regiones punteras en esta materia, como Canarias, como Baleares, como Cataluña, que sí tienen unos planes específicos y que sí están invirtiendo y están haciendo un buen diseño de productos atractivos para las personas LGTBI. Y, en este sentido, la verdad, que en una región como Madrid, no solo por la propia ciudad, sino también por las oportunidades que tendría... Por ejemplo, en materia de turismo rural, echamos en falta que la propia Comunidad de Madrid intente sacar un sello de alojamiento que sean LGTBI Freestyle, en donde las personas LGTBI sepan que van a ser aceptadas y que no van a tener ningún problema.

Con todo con el tema del ecoturismo, que también tiene mucha relación con el turismo LGTBI, entendemos que, desde la consejería, deberían elaborar un plan con organizaciones y empresas, que llevan trabajando mucho tiempo en este ámbito, para poder levantar y para poder apoyar este sector turístico. Porque esto ya no es una cuestión de ideologías, señor viceconsejero, resulta que hay un sector turístico que es el turismo LGTBI, que, además, está comprobado que deja

bastante dinero allá donde se promociona. Y le voy a poner un ejemplo, un ejemplo de su partido, del partido del Gobierno. En Torremolinos, donde recientemente entró el Partido Popular a gobernar, ya se venía haciendo una estrategia de turismo LGTBI por parte del anterior alcalde, y la actual alcaldesa ha continuado con esa estrategia no solo en Fitur, sino a nivel de promoción turística de la ciudad como destino para el público LGTBI. No sé si nos puede aclarar si, tanto en el en el caso del turismo religioso, como en el caso del turismo LGTBI, tienen algún plan más allá de ese contrato de patrocinio que han dado a los organizadores del Orgullo. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señor Rivero. Para contestar a la pregunta tiene la palabra el viceconsejero.

El Sr. **VICECONSEJERO DE CULTURA Y TURISMO** (Martínez Rodríguez): Gracias, presidenta. Señorías, por supuesto que no se trata de una cuestión de ideología. Bajo Gobiernos del Partido Popular, la Comunidad de Madrid se ha convertido en uno de los destinos preferidos por el colectivo LGTBI de todo el mundo, como sin duda usted conoce. Por tanto, yo creo que es una labor que se ha realizado en el Gobierno regional y también en -me atrevo a decirlo- los Gobiernos Municipales del Ayuntamiento de Madrid del Partido Popular; es una labor que ha sido reconocida por el propio colectivo que usted menciona. No obstante, sí le voy a ampliar que, por ejemplo, durante este mes la consejería ha organizado rutas por Chueca, con motivo del Orgullo, en colaboración con la APIT. Y que en la actualidad se han mantenido reuniones con la empresa Queer Destinations para seguir trabajando en este tipo de productos. Por tanto, seguimos trabajando también para este público, también para este segmento del mercado, en línea con lo que se viene haciendo y que tan buenos frutos ha dado. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señor viceconsejero. Señor Rivero, tiene algo menos de un minuto.

El Sr. **RIVERO CRUZ**: Muchas gracias, presidenta. Señor viceconsejero, yo estoy de acuerdo con usted, y lo he dicho en innumerables ocasiones, en que Madrid es una región abierta, diversa y es una región amigable para las personas LGTBI, en general, y también para el turismo LGTBI, pero, a veces, a pesar de los Gobiernos que hemos tenido. Porque ustedes lo que no pueden hacer es apropiarse del trabajo de los empresarios, de la organización y de las propias personas que vivimos y que residimos en Madrid, y que hemos creado ese clima amigable para las personas LGTBI, cuando ustedes no han puesto en marcha políticas públicas en apoyo, en este caso en concreto, al turismo LGTBI. Yo me alegro de que estén en conversaciones con Queer Destinations, que, sin duda, además, es una empresa que trabaja muy bien el producto turístico LGTBI. Y espero que el año que viene, en los presupuestos que ustedes traigan a esta Cámara, si es que los traen y espero que así sea, la partida para turismo LGTBI y para promoción del turismo LGTBI, no solo en la ciudad de Madrid, sino en toda la región, esté contemplada en los mismos. Mucha gracias.

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

**PCOC-1518/2022 RGE.10446. Pregunta de respuesta oral en Comisión, a iniciativa de la Sra. D.<sup>a</sup> Ana Collado Jiménez, diputada del Grupo Parlamentario Popular, al Gobierno, con el siguiente objeto: medidas que ha tomado el Gobierno Regional para potenciar el turismo interno en la Comunidad de Madrid.**

Para formular la pregunta tiene la palabra la señora Collado.

La Sra. **COLLADO JIMÉNEZ**: Gracias, presidenta. Señor viceconsejero bienvenido a la comisión. Le pregunto qué medidas ha tomado el Gobierno regional para potenciar el turismo interno en nuestra comunidad.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señora Collado. Tiene la palabra el viceconsejero.

El Sr. **VICECONSEJERO DE CULTURA Y TURISMO** (Martínez Rodríguez): Gracias, presidenta. Gracias, señoría, por la pregunta. La generación de flujos turísticos por todo el territorio regional con el objetivo de generar empleo y desarrollo económico por todos nuestros municipios es uno de los objetivos prioritarios de la consejería. En este sentido, es importante tener en cuenta que la comunidad es el principal mercado emisor de turistas de España y del sur de Europa, lo que supone una gran oportunidad y ventaja frente a otros destinos a la hora de promover el turismo interno regional. Los más de 6,7 millones de habitantes de la comunidad realizaron, en 2021, 3,2 millones de desplazamientos turísticos que implicaron, al menos, una pernoctación dentro de la región, además de los 25 millones de excursiones realizadas por los madrileños ese mismo año; es decir, desplazamientos turísticos de ida y vuelta en el mismo día.

El turismo interno siempre ha sido muy relevante en la Comunidad de Madrid; no obstante, las restricciones de viajes asociadas a la pandemia provocada por la COVID-19 provocaron una mayor atención hacia los destinos cercanos, o como se suele denominar el turismo de proximidad. También es importante destacar que, a pesar de que la capital es el principal destino madrileño, la comunidad cuenta con una oferta muy competitiva de destinos culturales, rurales, de naturaleza, de turismo activo, deportivo, gastronómico y enogastronómico. Además de la intensa labor de la dirección general en la creación de producto turístico, enumeraré algunas de las iniciativas que hemos impulsado recientemente o que está ejecutándose en la actualidad. En noviembre de 2021, se puso en marcha un programa de incentivación de la demanda turística regional y nacional en la Comunidad de Madrid, los denominados Bonos Turísticos. La finalización del programa, el pasado mes de mayo, coincidió, de acuerdo con los datos oficiales de la encuesta de ocupación hotelera del INE, con la recuperación completa del mercado regional y nacional en la región respecto a los niveles prepandemia. Se han concedido cerca de 11.000 bonos, por un importe de casi 3 millones de euros; ha generado la atracción de 27.000 turistas a la Comunidad de Madrid, que han generado más de 75.000 pernoctaciones. El impacto económico directo del programa se acerca a los 13 millones de euros y a los 33 millones, teniendo en cuenta el impacto indirecto e inducido por el efecto

multiplicador del turismo en la economía regional. Consecuencia de lo anterior, la recuperación de los visitantes nacionales, en abril de 2022, fue del 101 por ciento, respecto a abril de 2019.

Por otra parte, las últimas campañas nacionales de promoción, como la realizada en el último trimestre del pasado año, tenía como protagonista la cultura y nuestros destinos culturales. La pasada semana hemos puesto en marcha una gran campaña de promoción orientada al mercado regional y nacional alrededor de Mad Rural y Villas de Madrid, productos que impactan en más de ochenta municipios madrileños; la campaña incluye presencia en radio y marketing digital. En los próximos días se lanzará otra campaña de promoción digital con el objetivo de dar a conocer a los madrileños el producto Camino de Santiago en Madrid; un producto muy importante por su carácter vertebrador del territorio. Además, hemos creado una nueva herramienta informática para toda la red de oficinas de turismo de la Comunidad de Madrid que permita aglutinar toda la oferta de nuestros municipios.

El Centro de Turismo Sol, en plena Puerta del Sol, ya acoge desde hace meses encuentros y presentaciones de la oferta y de los productos turísticos de nuestros pueblos y comarcas, teniendo un gran impacto en el mercado local, y, por tanto, en el turismo de proximidad, ya que muchos madrileños utilizan nuestros servicios de información para organizar sus planes de escapada de fin de semana.

En colaboración con la Academia Iberoamericana de Gastronomía estamos realizando el proyecto De pueblo a pueblo, con el objetivo de promocionar entre los madrileños propuestas turísticas gastronómicas. Con Hostelería Madrid realizaremos en breve un programa para dar a conocer la restauración tradicional en diferentes municipios; con la Fundación de Ferrocarriles Españoles promocionaremos el Tren de la Fresa, el Tren de Felipe II y el Tren de Cervantes. Y en el último año hemos diseñado y promocionado más de 100 rutas de senderismo culturales o gastronómicas, que promocionamos intensamente en el mercado regional. Apoyamos y patrocinamos diferentes eventos culturales y deportivos en pequeños municipios de la región que permiten atraer nuevos visitantes. Y hemos puesto en marcha distintos programas que generan oferta turístico cultural en diferentes municipios y que generan importantes flujos de visitas regionales.

Por último, indicar que el fomento del turismo interno seguirá siendo una de nuestras prioridades. En este sentido, destacar que en la acción de cohesión entre destinos, presentada por la Comunidad de Madrid en la convocatoria 2021, de los planes extraordinarios de sostenibilidad turística, que mencioné en la pregunta anterior, se prevén importantes inversiones para la mejora de las infraestructuras y de la oferta turística de nuestras comarcas turísticas. La creación de nuevos productos y experiencias, el desarrollo de eventos que pongan en valor los productos locales, así como inversiones para la generación de contenidos promocionales y la realización de campañas de marketing digitales para seguir atrayendo visitantes a diferentes municipios de la región. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, viceconsejero. Tiene la palabra la señora Collado.

La Sra. **COLLADO JIMÉNEZ**: Gracias, presidenta. Señor viceconsejero, como ha mencionado, efectivamente, usted en la comparecencia de hoy y todo el equipo de la consejería en sede parlamentaria siempre que han tenido ocasión, sin duda el turismo interno es una de nuestras prioridades, y, desde luego, la Comunidad de Madrid es el principal mercado emisor de turistas de toda España y también del sur de Europa, y esto, pues, no hay duda de que es, efectivamente, una gran oportunidad y una ventaja frente a otros destinos a la hora de promover el turismo interno regional.

Lo ha mencionado también en su respuesta, señor viceconsejero, y me gustaría repetirlo para que conste en acta, porque son números que hablan por sí solos. El año pasado, en el 2021, más de 3,2 millones de desplazamientos turísticos, de los que implicaba al menos una pernoctación, tuvieron lugar por parte de los más de 6,7 millones de habitantes de nuestra comunidad, a lo que hay que sumar las excursiones, como también usted decía, 25 millones contabilizadas.

Sin duda, el turismo es uno de los principales sectores de nuestra economía, es uno de los sectores que más aporta al PIB de nuestro país, también, por supuesto, de nuestra región, y estaremos todos de acuerdo en que ha sido un sector especialmente castigado en el contexto de la pandemia -que ya se nos va olvidando, pero lo tenemos muy castigado-, y también muy castigado por el despropósito de gestión que nos ha llevado a cabo el Gobierno socialcomunista España. Pero todos los aquí presentes estaremos también de acuerdo en que es uno de los motores principales de nuestra economía, sobre todo por el empuje que ejerce en la comunidad en concreto este sector; y, por ello, tenemos que poner todos nuestros esfuerzos en conseguir que este sector vuelva a ser lo que fue, un motor, que, además, está presente en los 179 municipios que conforman nuestra comunidad. Y de ahí que todos estemos asumiendo, casi como personal, este gran reto de reactivar y de mitigar los efectos negativos que se han acumulado durante estos dos años en este ámbito.

Nuestro grupo parlamentario, señor viceconsejero, es el soporte del Gobierno de la comunidad, y estamos también comprometidos con la Administración autonómica, pero también con todas las Administraciones locales para remar juntos en esa dirección de la reactivación, y poder sumar todos los esfuerzos necesarios para conseguir juntos este empeño. Los ciudadanos de Madrid creo que han reconocido los esfuerzos de su Gobierno. La Comunidad de Madrid se ha convertido en este tiempo en uno de los destinos que otras comunidades han copiado; es, sin duda, la envidia de muchos en muchos ámbitos. Y es el paradigma de cómo con sentido común, con sentido de lo público, como usted nos ha dejado en su respuesta, de lo de todos, se afrontan este y otros retos, y hemos sido capaces de avanzar a mejor ritmo y en mejores condiciones que otras regiones. Hemos visto el crecimiento exponencial del sector, que durante los últimos meses se ha producido con respecto a otras comunidades, como decía, y esto se refleja en los datos, por ejemplo, de las visitas turísticas, no solo internacionales, sino también nacionales, además de los datos que hemos dicho de los propios madrileños visitando nuestra región.

Estamos convencidos, señor viceconsejero, de que este verano, sin duda, va a ser un gran impulso para el sector interior, y esperemos que de nuevo los datos así lo reflejen y así lo corroboren, y ya le pediremos en el siguiente periodo de sesiones que venga a compartir esos datos con nosotros. Feliz verano, y muchísimas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Pasamos al último punto del orden del día.

—— **RUEGOS Y PREGUNTAS.** ——

¿Ningún ruego?, ¿ninguna pregunta? *(Pausa.)* Pues damos por finalizada esta comisión, despedimos al viceconsejero y terminamos también así este periodo de sesiones. Muchas gracias. Se levanta la sesión.

*(Se levanta la sesión a las 10 horas y 24 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)



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

Asamblea de Madrid