

# *Diario de Sesiones de la Asamblea de Madrid*



---

Número 291

19 de septiembre de 2022

XII Legislatura

---

## COMISIÓN DE TURISMO Y DEPORTE

### PRESIDENCIA

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

Sesión celebrada el lunes 19 de septiembre de 2022

### ORDEN DEL DÍA

#### **1.- Comparecencias con tramitación acumulada:**

**C-190(XII)/2021 RGEF.8268.** Comparecencia del Sr. D. Eduardo Dehesa Conde, Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre líneas políticas generales que va a llevar a cabo desde su Dirección General en materia de turismo. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).

**C-269(XII)/2021 RGEF.9081.** Comparecencia del Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, al objeto de informar sobre planes que se van a poner en marcha durante esta Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).

#### **2.- Ruegos y preguntas.**

---

## SUMARIO

	<b>Página</b>
- Se abre la sesión a las 16 horas y 2 minutos. ....	17179
<b>Comparecencias con tramitación acumulada:</b>	
— <b>C-190(XII)/2021 RGEP.8268. Comparecencia del Sr. D. Eduardo Dehesa Conde, Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre líneas políticas generales que va a llevar a cabo desde su Dirección General en materia de turismo. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).</b> .....	17179
— <b>C-269(XII)/2021 RGEP.9081. Comparecencia del Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, al objeto de informar sobre planes que se van a poner en marcha durante esta Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).</b> .....	17179
- Intervienen el Sr. Vinagre Alcázar y el Sr. Tejero Franco, exponiendo los motivos de petición de la comparecencia.....	17179-17180
- Exposición del Sr. Director General de Turismo.....	17180-17184
- Intervienen, en turno de portavoces, el Sr. Cutillas Cordón, el Sr. Vinagre Alcázar, el Sr. Tejero Franco y el Sr. Peña Ochoa. ....	17184-17192
- Interviene el Sr. Director General, dando respuesta a los señores portavoces.....	17192-17196
- Intervienen, en turno de réplica, el Sr. Cutillas Cordón, el Sr. Vinagre Alcázar, el Sr. Tejero Franco y el Sr. Peña Ochoa. ....	17196-17198
- Interviene el Sr. Director General en turno de dúplica. ....	17199-17200
— <b>Ruegos y preguntas.</b> .....	17200
- No se formulan ruegos ni preguntas. ....	17200
- Se levanta la sesión a las 17 horas y 12 minutos. ....	17200

*(Se abre la sesión a las 16 horas y 2 minutos).*

La Sra. **PRESIDENTA**: Buenas tardes. Se abre la sesión. Ruego a los portavoces parlamentarios que nos comuniquen si hay alguna sustitución entre sus señorías. *(Pausa.)* Entiendo que no hay ninguna sustitución. Bien, pues damos comienzo al primer punto del orden del día.

**Comparecencias con tramitación acumulada:**

**C-190(XII)/2021 RGEP.8268. Comparecencia del Sr. D. Eduardo Dehesa Conde, Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Socialista, al objeto de informar sobre líneas políticas generales que va a llevar a cabo desde su Dirección General en materia de turismo. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).**

**C-269(XII)/2021 RGEP.9081. Comparecencia del Sr. Director General de Turismo, a petición del Grupo Parlamentario Más Madrid, al objeto de informar sobre planes que se van a poner en marcha durante esta Legislatura. (Por vía del artículo 210 del Reglamento de la Asamblea).**

Al ser dos comparecencias que versan sobre el mismo objeto, a petición de los grupos parlamentarios Socialista y Más Madrid, la pasada Mesa de la comisión del día 12 de septiembre acordó tramitarlas conjuntamente. De conformidad con el Reglamento de esta Cámara, iniciarán este punto del orden del día los grupos parlamentarios autores de la comparecencia, de menor a mayor, al exclusivo objeto de precisar las razones que motivaron la presentación de esta iniciativa, para lo cual tiene la palabra en primer lugar el representante del Grupo Parlamentario Socialista, el señor Vinagre.

El Sr. **VINAGRE ALCÁZAR**: Gracias, presidenta. Buenas tardes. Buenas tardes, señor director general, agradezco su presencia hoy aquí. Voy a ser muy esquemático. Se trata de que nos traslade cuáles son los objetivos y prioridades de su departamento para lo que queda de la presente legislatura. A lo largo del anterior periodo de sesiones ya comentamos algunas cuestiones y creemos en nuestro grupo que, quedando tan poquito tiempo para que concluya esta legislatura, al menos, habrá momento para que hagamos casi un balance de lo que se ha hecho; sobre todo y primordialmente, qué es lo que su departamento considera que de aquí a los próximos meses se puede avanzar en línea con los objetivos que creo que todos compartimos, que son: fortalecer, mejorar, optimizar y reposicionar a la Comunidad de Madrid dentro del ámbito del turismo. Nada más. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Tiene a continuación la palabra el señor Tejero Franco.

El Sr. **TEJERO FRANCO**: Buenos días, señor director general; es un placer, y le agradecemos su presencia aquí. En esta comparecencia, igual que ha dicho el compañero del Grupo Socialista, nos gustaría que recordase una serie de puntos de cara al final de la legislatura, de

actuaciones de su dirección general en este final de legislatura. Concretamente, me gustaría en primer lugar escuchar una valoración de los datos de turismo del último verano y en lo que va de año, sobre todo con respecto a la situación prepandemia; cuáles son las líneas de desarrollo del producto turístico de la región para los próximos meses; cómo piensan aumentar la sostenibilidad ecológica del modelo turístico de la Comunidad de Madrid; cuáles son los planes de la Comunidad de Madrid en lo que respecta a los pisos turísticos, a las viviendas de uso turístico, para los próximos meses, y, luego, el estado y el objetivo de las diferentes iniciativas legislativas en marcha que afectan a su dirección general: por un lado, la ley de creación del colegio oficial de profesionales del sector turístico y, por otro lado y sobre todo, la modificación de la Ley de Ordenación del Turismo de 1999. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Para informar sobre lo solicitado, por tiempo de diez minutos, tiene la palabra el director general.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Martín Izquierdo): Buenas tardes. Gracias, presidenta. En primer lugar, permítanme hacer una valoración muy rápida de los datos de turismo durante lo que llevamos de año y en verano. Yo creo que es muy importante poner de manifiesto que, según los últimos datos disponibles, que son de julio de 2022, por fin se ha alcanzado al cien por cien la recuperación del turismo internacional. Ya el turismo nacional se recuperó en primavera y hemos sido la primera comunidad en recuperar el turismo internacional, junto con Canarias, a pesar de que aquí no tenemos playa; entonces, creo que es un dato muy positivo. Y lo más importante es que el gasto turístico es notablemente superior al que realizaba el turismo internacional, de manera prepandemia, explicado en parte por una mayor estancia media en el destino, que, lógicamente, es uno de nuestros objetivos.

Para poder exponer adecuadamente las líneas de acción que estamos trabajando desde la dirección general, para dar respuesta también a una de sus preguntas, me gustaría explicar en primer lugar cuáles son nuestros objetivos y prioridades en materia de política turística. Estos objetivos son: avanzar en la definición e implantación de un modelo de gestión turística sostenible, con una mayor participación de los agentes involucrados en el desarrollo de la actividad turística; mejorar el posicionamiento y notoriedad de la Comunidad de Madrid en el mercado turístico tanto nacional como internacional; enriquecer la propuesta valor del destino y atractivo de la oferta y servicios turísticos del destino, en colaboración con el sector privado; lograr una mayor dinamización y cohesión territorial del destino turístico de la Comunidad de Madrid y mejorar la competitividad e innovación del sector turístico madrileño; equilibrar la distribución de los flujos turísticos de la Comunidad de Madrid desde un punto de vista temporal y territorial; reforzar la actividad de promoción, comunicación y comercialización del destino a través de una mayor digitalización y conocimiento del mercado turístico, y, por último, priorizar la captación de turistas de alto valor añadido e incrementar la rentabilidad social y económica de la actividad turística en la región. Como principios transversales de toda nuestra actividad se sitúan: la sostenibilidad, la colaboración con el sector público y privado turístico y, por supuesto, la digitalización.

En cuanto a la promoción turística, la labor es muy intensa y variada, pero señalaré aquellos proyectos o líneas de trabajo más relevantes. En primer lugar, grandes campañas de comunicación en mercados internacionales claves, es decir, aquellos en los que identificamos una gran capacidad de crecimiento tras la pandemia y que además cuentan con una gran capacidad de gasto. Recientemente hemos realizado campañas importantes de ese tipo en Estados Unidos, Méjico y Reino Unido, y antes de que finalice este año tenemos previstas varias campañas en mercados europeos, Latinoamérica, más en concreto, Colombia, Argentina y Brasil. También realizamos campañas en los mercados nacionales, una en otoño y otra en primavera, y en este momento, además, se está ejecutando una gran campaña alrededor de dos productos estratégicos para nosotros, que son MadRural, Madrid Destino Rural, y Villas de Madrid, para lo que hemos usado diferentes canales y herramientas tanto on line como off line y con gran presencia de branded content. Esta campaña tiene un impacto bastante relevante, estamos a la espera de recibir los últimos datos, y un impacto en más de cien municipios rurales de la Comunidad de Madrid, ayudando a generar esos flujos turísticos por toda la región, reducir la excepcionalidad y, por supuesto, generando empleo y riqueza. Nuestro equipo, además, asiste de manera permanente a Mesas de Contratación y jornadas profesionales con agentes intermediarios tanto nacionales como internacionales. En este sentido, me gustaría destacar una acción que realizamos en Méjico hace muy poquitos meses, cuando presentamos el destino de Madrid a más de 400 turoperadores y agencias de viaje mejicanas, una acción, además, que se ha concretado en numerosos proyectos y oportunidades que ya están teniendo impacto en la comunidad.

También asistimos de forma permanente durante todo el año a ferias generalistas, a ferias especializadas, tanto nacionales como internacionales. Quiero destacar, además de las ferias en Estados Unidos o en Europa, que el equipo de la Dirección General de Turismo estuvo presente en Corea del Sur, siendo una de las dos únicas comunidades que asistió a esta feria hace un par de meses, con el objetivo de preparar la reactivación del mercado asiático. También hemos intensificado notablemente los fam & press trips de la Comunidad de Madrid, herramienta que consideramos muy rentable y eficiente, y estamos desarrollando innumerables acciones en redes sociales, con prescriptores, influencers, etcétera, que están dando buen resultado.

En el mes de mayo también finalizó el programa de bonos turísticos de la Comunidad de Madrid, además, una herramienta que fue diseñada para la reactivación de la demanda, con un impacto estimado de alrededor de 13 millones de euros en la Comunidad de Madrid. Justo la finalización de este programa coincidió con la recuperación del mercado nacional, que era el público objetivo al que iba dirigido.

También apoyamos y patrocinamos grandes eventos que, además de atraer visitantes a la región, proyectan nuestra imagen en diferentes países, como, por ejemplo, Mad Cool, Premios Platino, El Orgullo o Madrid Premier Pádel, que se celebró en agosto con el objetivo de generar pernoctaciones en la temporada estival, que, como sabéis, es la más floja en la Comunidad de Madrid. Y también estamos trabajando para seguir atrayendo grandes eventos internacionales; por ejemplo, esta semana tenemos el Madrid Best Chef Awards, una gala que elige a los mejores cocineros del mundo y, por supuesto, una oportunidad muy importante para proyectar nuestra gastronomía a nivel

internacional, ya que cientos de periodistas especializados en gastronomía de todo el mundo vienen a la ciudad de Madrid; también un evento de los Grammy Latinos, que se celebrará por primera vez en Europa y que proyectará nuestra oferta turística y cultural en Latinoamérica y en Estados Unidos, o el primer Encuentro Mundial de Expertos en Turismo Cultural, en colaboración con la Organización Mundial del Turismo, que reforzará nuestro posicionamiento en el mundo como referente cultural y de turismo cultural, obviamente, que verá la luz antes de que finalice el año.

Otra línea de trabajo de promoción y comercialización es el desarrollo de acciones de comarketing con el sector, como la puesta en marcha hace unos días con Iberia, que incluye alrededor de 20 actuaciones de marketing y comercialización en el mercado norteamericano, que, como sabréis, es el principal mercado emisor para la Comunidad de Madrid. También estamos trabajando en colaboración con Madrid Digital para contar en los próximos meses con una plataforma de promoción turística mucho más actualizada, más competitiva, y también estamos trabajando en la conceptualización de un observatorio turístico que ordene y profesionalice todas las cifras del sector; como he dicho, lo estamos realizando en colaboración con Madrid Digital, no suponiendo un coste propio del presupuesto ordinario de la Dirección General de Turismo. Por supuesto, de manera permanente también, diseñamos productos, rutas y experiencias turísticas por todos los rincones de la región, generamos contenidos turísticos o elaboración de material promocional para nuestras ferias y diferentes acciones promocionales. Esta labor de creación de oferta y su posterior promoción también la realizamos en colaboración con diferentes entidades, por ejemplo, con los grandes museos a través de convenios de colaboración con el Thyssen, el Prado y el Reina Sofía; subvenciones a aquellas entidades de referencia de productos turísticos de la región, como CiclaMadrid, Asociación Ruta del Vino de Madrid o la Fundación de Ferrocarriles Españoles, que gestiona nuestros trenes históricos: el de la Fresa, el de Felipe II y el de Cervantes.

También, para el impulso del turismo MICE, somos miembros activos del Madrid Convention Bureau y asistimos y apoyamos a Mesas de Contratación específicas en este segmento, como las celebradas la pasada semana en Estados Unidos, en las ciudades de Chicago y de Nueva York. También nos hemos afiliado recientemente a la Organización Mundial del Turismo y también a NECSTouR, la red de regiones europeas para un turismo sostenible.

En cuanto a la cohesión territorial y desarrollo turístico de nuestros municipios, además del impulso y promoción constante de nuestros productos vertebradores, como Patrimonio Mundial en Madrid, Villa de Madrid, MadRural o CiclaMadrid, estamos abordando diferentes proyectos. La gestión y cofinanciación de los planes de sostenibilidad ordinarios actualmente se está ejecutando en Alcalá de Henares y Cercedilla y este año se han unido los municipios de Torrelaguna y la Mancomunidad del Embalse del Atazar.

Otra línea de trabajo es la gestión de los planes de sostenibilidad turística de destinos en su edición extraordinaria, es decir, en el marco del mecanismo de recuperación y resiliencia, que es un arduo trabajo, muy detallado, por parte de la Dirección General de Turismo, que en la convocatoria del pasado año se asignaron 34,4 millones de euros y este año lo hará por 37,2 millones de euros. Es

decir, este tipo de planes incluyen diferentes iniciativas como proyectos en materia de mejora de la accesibilidad, de eficiencia energética, creación de productos, creación de itinerarios no motorizados, promoción, etcétera, en diferentes municipios y también en las comarcas turísticas. El impacto tanto en nuestra acción de cohesión como de estos planes se estima en más de cien municipios madrileños.

También apoyamos y patrocinamos eventos de carácter cultural, deportivo y gastronómico en pequeños municipios, no solamente grandes proyectos de proyección internacional, para generar flujos turísticos por todo el territorio, como el Festival Brillante, A Villa Voz, en nuestras once villas turísticas, en colaboración con la Orquesta y Coro de la Comunidad de Madrid, pruebas deportivas, como Sierra Norte Bike Challenge, o Swimrun en Sierra Oeste, entre otros. En nuestros pueblos y municipios también creamos oferta, diseñamos productos, impulsamos programas de visitas guiadas teatralizadas, jornadas profesionales -siempre son parte de nuestras campañas de promoción- y aquellos viajes de familiarización que organizamos de manera permanente. También ponemos a disposición de todos nuestros municipios el Centro de Turismo Sol, en el que realizan presentaciones de sus destinos, de sus productos, y están en contacto con nuestros informadores para generar flujos turísticos a sus municipios.

En lo que se refiere al sector privado, quiero destacar algunas líneas de trabajo que consideramos muy relevantes y que ya estamos desarrollando o lo haremos en el corto plazo. En el marco del mecanismo de recuperación y resiliencia, este otoño publicaremos ayudas por más de 9 millones de euros para la mejora de la eficiencia energética en alojamientos turísticos. También este año pondremos en marcha, en colaboración con el sector privado y también con el Ayuntamiento de Madrid y con Ifema, importantes acciones de comercialización y promoción turística en mercados internacionales lejanos, como Norteamérica, Latinoamérica, Asia u Oriente Medio, siendo un ejemplo de colaboración sin precedentes en el sector turístico madrileño y una demanda desde hace tiempo por parte del sector. También en los últimos meses hemos puesto en marcha diferentes proyectos en colaboración con las principales asociaciones turísticas de la Comunidad de Madrid para mejorar su competitividad, a través de la formación, crear nueva oferta o apoyar la comercialización y la promoción de sus productos. En este caso, por ejemplo, hemos firmado convenios de colaboración con la Asociación Madrileña de Tablaos Flamencos, con la Asociación de Campos de Golf o con la Federación Española de Escuelas de Español para posicionarnos como un destino idiomático, así como otro proyecto de diferente naturaleza como con la Asociación Profesional de Guías de Turismo de la Comunidad de Madrid. Muy pronto, en los próximos meses, pondremos en marcha -algunos de ellos ya se encuentran en la fase final de tramitación- convenios con la Asociación de Ocio Nocturno de Madrid, la Federación Madrileña de Agencias de Viaje o con Hostelería Madrid o con la Asociación Empresarial Hotelera de la Comunidad de Madrid. Nuestra apuesta por la colaboración público-privada es muy importante para nosotros y es la manera de atender aquellas necesidades específicas de cada subsector.

Por último, quiero hacer referencia brevemente al proceso de actualización normativa que estamos abordando desde la Dirección General de Turismo. En la actualidad se encuentra en fase de tramitación la modificación de la Ley de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid y el

Decreto de Establecimientos Hoteleros, y, en fase de estudio, las modificaciones de los decretos de alojamiento de turismo rural, de las agencias de viaje y de campamentos de turismo. El objetivo de este proceso es garantizar un servicio turístico de calidad, proteger los derechos de los usuarios y favorecer la competitividad de las empresas, apoyando también la eliminación de trabas innecesarias por parte del sector.

No sé, presidenta, si me queda algo de tiempo para continuar. *(Pausa.)* Luego, la réplica. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, director general; ha agotado usted su tiempo, pero luego tendrá oportunidad de seguir. A continuación intervendrán los representantes de los grupos parlamentarios, de menor a mayor, al objeto de formular aclaraciones, hacer observaciones o formular nuevas preguntas, por un tiempo máximo de siete minutos. Tiene la palabra el representante del Grupo Parlamentario Vox puesto que de Unidas Podemos no se encuentra ningún representante en la sala. Señoría.

El Sr. **CUTILLAS CORDÓN**: Muy bien. Buenas tardes, señora presidenta, muchas gracias. Bienvenido, señor director general, aunque, bueno, según el orden del día, venía el director general anterior; debe de ser una comparecencia solicitada hace tiempo, porque consta en ella el señor Dehesa Conde.

Simplemente, ya son varias las comparecencias sobre este tema, los planes de futuro de la Dirección General de Turismo, sobre los planes que va a poner en marcha en esta legislatura; bueno, de lo poco que queda ya de esta legislatura, y me temo que va a ser difícil hacer algo importante en lo que queda, que son prácticamente tres meses, porque una vez que nos metamos en enero, cuando no hay actividad parlamentaria, y en febrero y marzo, que ya estamos prácticamente en campaña, poco más se va a poder hacer.

Nosotros ya hemos hablado de varios temas. Seguimos proponiendo para Madrid un plan estratégico. Para nosotros, desde luego, uno de ellos es en el que venimos insistiendo a menudo, lo hemos propuesto en varias ocasiones, que es la constitución de un ente marca Madrid público-privado de promoción del turismo, a ser posible, unificado, entre ayuntamiento y comunidades. Sé que esto a alguno le levanta ampollas, pero creemos que es necesario para reducir tanto chiringuito como hay en el ayuntamiento y en la comunidad referente al tema del turismo. Para ello, hay que establecer un grupo de trabajo con el Ayuntamiento de Madrid cuya finalidad sea crear un único organismo centralizado en la promoción turística de Madrid como destino global, suprimiendo los actuales organismos, empresas y programas destinados a la promoción del turismo en Madrid. No puede ser, porque no somos tan conocidos en Estados Unidos o en otros países lejanos, que vaya la señora Ayuso, luego el señor Almeida, luego vuelva la señora Ayuso o vuelva el señor Almeida, con sus amigos, la semana pasada a Nueva York a no sabemos qué. Por ello, quedaría una única empresa de gestión. Hay que marcar un plan, de plazo hasta 2023, para eliminar duplicidades en todos aquellos

organismos, programas y acciones dedicados al mismo sector con el fin de reducir el gasto superfluo que se pueda solapar.

Van a crear Madrid Turismo by Ifema con 36 millones de euros... Suenan un poco a que nosotros queremos promocionar... "By Ifema", primero, que es en inglés y, segundo, en Estados Unidos, en Colombia, en Asia o tal me suena totalmente a chino con Madrid Turismo, que lo que sobra es "by Ifema" por todos los sitios. Para España lo puedo entender, pero para fuera lo veo una auténtica ridiculez.

También pensamos desarrollar un marco fiscal y financiero que favorezca la competitividad turística y la inversión, que habla de muchas cosas, pero para nosotros esto es fundamental, y evitar la imposición de nuevas cargas fiscales que perjudiquen la competitividad a medio plazo.

También hemos propuesto en otras ocasiones reducir el número de superposiciones normativas -con respecto al punto dos-, como implementación; este número de superposiciones normativas con Urbanismo, Medio Ambiente, Riesgos Laborales, etcétera, favoreciendo la aplicación de la ley de unidad de mercado y el procedimiento de simplificación administrativa asociada al mismo. También, incrementar los presupuestos de la Comunidad de Madrid destinados al turismo, que ya lo pedimos para estos presupuestos y lo volveremos a pedir, para llegar a una cantidad que realmente sea decente, porque lo que se dedica hasta ahora nos parece bastante ridículo, y llegar a los 250 millones de euros.

Para nosotros hay un tema que es importante, que parece menor, que es la potenciación del enoturismo, que cada vez tiene mayor aceptación en la Comunidad de Madrid; no llega al nivel de otras regiones, como la mía, La Rioja, en concreto, que es una fuente de ingresos brutal lo que significa esto, y creo que en Madrid se puede hacer exactamente igual, y también sirve de apoyo al comercio y al turismo cultural de los distintos municipios de Madrid.

Luego, sobre lo que usted ha comentado en otras comparecencias y que hoy lo ha vuelto a comentar, que yo lo entiendo, el cambio climático y turismo, habló usted ya en noviembre de 2021. Como bien indicaba la propia Organización Mundial del Turismo, hablando en términos globales, el sector turístico es altamente vulnerable al cambio climático y al mismo tiempo contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero, una de las causas del calentamiento global, y se trata en cierta forma de una especie de círculo vicioso que es necesario romper. Cohesión entre destinos que va a desarrollar la propia Dirección General de Turismo, según comentaba, para la mejora de la competitividad, sostenibilidad -que lo ha vuelto a comentar hoy-, innovación, digitalización -que también lo ha comentado-, que será ejecutada en colaboración con los diferentes grupos de acción local de la Comunidad de Madrid, como a la propia industria, que en los últimos años está realizando fuertes inversiones destinadas a reducir la huella ecológica del sector. Yo hablo de huella ecológica porque me refiero no solo a la emisión de CO2 y otros gases contaminantes, básicamente la huella de carbono, sino también a la huella medioambiental y a la huella hídrica, que es otro de los grandes problemas derivado del cambio climático. Y yo le preguntaría lo siguiente: señor director general,

usted comentó el pasado mes de noviembre, en el transcurso de una reunión sobre la huella ecológica del turismo, una serie de medidas que se están llevando a cabo; ¿podría concretarnos que hay al respecto hoy en día? También habló de otro estudio de gran interés, del año 2019, en el que se analiza específicamente, en el recurso del clima, su influencia sobre la confortabilidad de los turistas y los efectos del cambio climático sobre esa confortabilidad en tres ciudades de turismo del interior de nuestro país: León, Granada y Madrid. Este estudio analiza y caracteriza lo que el autor Alfonso Millán llama modelos de actitud climático-turística, conformados por una distribución temporal de distintas categorías de idoneidad del clima, que establece una clasificación de meses desfavorables para la actividad turística, un grupo de meses favorables y un grupo de meses de transición. A corto plazo, dice el autor, se van a notar los efectos del cambio climático sobre el actual modelo de actitud climático-turística en la ciudad de Madrid, pero es a medio plazo cuando será más visible para nosotros. Yo le diría: han pasado tres años desde este estudio, ¿podría comentarnos si los efectos sobre Madrid en dicho estudio se han confirmado? ¿O aún tendremos que esperar más?

Nos hablaba también en su día del programa 70 Rutas Turísticas. Entonces, le pregunto -le agradecería que, si es posible, nos ofreciera datos concretos- qué balance ofrecen las 70 rutas turísticas de la Comunidad de Madrid durante el año 2022 en comparación con el año 2021. De manera especial nos interesa conocer si se han obtenido resultados positivos en las tres rutas anunciadas por usted el pasado mes de noviembre, que incluían nuevas rutas de la Comunidad de Madrid, en concreto Sierra Norte, Sierra del Guadarrama y Sierra Oeste.

La Sra. **PRESIDENTA**: Por favor, vaya terminando.

El Sr. **CUTILLAS CORDÓN**: Bueno, me queda alguna cosilla más, pero, simplemente, sobre los bonos turísticos, de los que en otras ocasiones hemos hablado, quisiera saber qué resultados se han obtenido y si nos puede confirmar si este año se renovarían o no. Sobre el resto, la promoción turística de Estados Unidos y Asia, si puedo, luego comentaré algo. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Por el Grupo Parlamentario Socialista, por tiempo de siete minutos, tiene la palabra el señor Vinagre.

El Sr. **VINAGRE ALCÁZAR**: Gracias, presidenta. Agradezco algunas de las explicaciones que se han dado. Llama poderosamente la atención una cuestión, señor director general, que vamos a ver si soy capaz de explicar. Resulta que, después de un año, no tenemos todavía la estrategia que debería regir los objetivos y las acciones y actuaciones que debieran enmarcar el futuro del turismo en esta comunidad. No tenemos tampoco el instrumento, el principal instrumento, que es el observatorio. Luego, de entrada, se nos queda un poco coja esta situación. ¿Cómo vamos a ser capaces la Comunidad de Madrid, con todo el impulso que puede tener derivado de su capacidad económica y de sus capacidades, sin estrategia, sin un instrumento que nos permita saber qué realidad estamos palpando, como es el observatorio, que nos dé la información necesaria, de ser certeros en el diagnóstico y en las acciones que tenemos que desarrollar?

Tercera pata que quería comentar. De presupuesto, esta dirección general tiene 71 millones de euros para 2022. Al Grupo Parlamentario Socialista le parece extraordinariamente insuficiente esa cantidad. Lo ha dicho el portavoz que me ha precedido en el uso de la palabra, y es sí, con 71 millones de euros, la Comunidad de Madrid de verdad puede aspirar a hacer todas las acciones, todas las actuaciones que usted nos ha relatado. Sinceramente, creemos que no. De entrada, ¿hay presupuesto para poner en marcha el observatorio?

En relación con la reforma de la Ley de Turismo de 1999, a la que también se ha referido, estamos en el mes de septiembre de 2022, ¿considera viable que podamos terminar esta legislatura con una nueva ley? Parece complicado atendiendo a los plazos, atendiendo a todo lo que todavía no tenemos, ni siquiera un anteproyecto todavía, y hay un trámite parlamentario que, salvo que lo hagan con un procedimiento de urgencia, sin debate, en esta Cámara, empieza a ser complicado pensar que vayamos a tener una nueva ley para finalizar esta legislatura.

Ha hablado de objetivos, de grandes líneas, que nosotros podemos compartir, pero he echado en falta, hemos echado en falta una referencia al sector, una referencia a los profesionales del sector, a las empresas, porque los datos que nos ha dado, de los que nos congratulamos, como no puede ser de otra manera, y que responden, además, a la recuperación que en todas las comunidades autónomas y en nuestro país se ha producido, afortunadamente, tras la crisis de la pandemia, sí es cierto que tenemos -creo- que reconocer el enorme esfuerzo que han hecho los profesionales, el enorme esfuerzo que han hecho las empresas, el enorme esfuerzo que ha hecho el sector, gracias al cual se ha conseguido remontar en un tiempo récord, dada la gravedad de la situación de la que veníamos, esta situación, y creo que es justo reconocer ese esfuerzo colectivo. Y, si hablamos de la acción política, no podemos dejar de lado la gestión que se ha hecho también a través de los fondos europeos del Gobierno de España. Entonces, creo que es necesario realizar esos dos apuntes y esas dos consideraciones.

Por otro lado, nos gustaría también que en relación con el impulso a la promoción y a las campañas de publicidad nos pudiera concretar más cómo se va a realizar, con qué fondos, si va a haber fondos adicionales, partidas presupuestarias adicionales; si se contempla algo más en cuanto a materia presupuestaria para hacer frente a esto que usted nos acaba de decir.

Quisiéramos que nos indicara en qué punto están los planes de sostenibilidad turística en destino, tanto en la edición ordinaria como en la extraordinaria, en qué fase de desarrollo están, en qué grado de ejecución están los que ya se iniciaron el año pasado y si tiene unos primeros datos, una evaluación de cómo se están poniendo en marcha.

Termino con dos cuestiones: una tiene que ver con los pisos turísticos, qué visión y qué actuaciones tiene previstas su dirección general, y otra tiene que ver con el sector y los profesionales, los guías turísticos, si piensan realizar medidas ante una situación que se viene produciendo que tiene que ver con el intrusismo en la profesión. De momento, nada más. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Por el Grupo Parlamentario Más Madrid tiene la palabra el señor Tejero por tiempo de siete minutos.

El Sr. **TEJERO FRANCO**: Buenos días; muchas gracias otra vez. Gracias por su exposición. Quiero entrar en alguno de los temas que ha sacado usted. Creo que todos sabemos que este es un año, digamos, especial; después del duro golpe que supuso la pandemia para el sector, 2022 está siendo el año de la recuperación turística a nivel global, y Madrid, como usted ha comentado, no ha sido una excepción. Es verdad que es un lugar común del que a veces se abusa, pero yo creo que en este caso es un poco evidente que la pandemia de la covid-19, además de ser la crisis, era también una gran oportunidad para repensar, replantear, el modelo de turismo que queríamos en todo el mundo pero también en la Comunidad de Madrid. El problema que vemos nosotros es que la Comunidad de Madrid carece de un modelo de desarrollo de producto para nuestra región. Sí que es verdad que invierten en promoción, en atraer turistas de todo el mundo -usted lo ha dicho-, de diferentes mercados, del mercado asiático, del mercado latinoamericano, pero se hace un poco como a cholón, sin un objetivo claro, sino que venga más gente.

En Más Madrid apostamos por un modelo de turismo que sea una extensión natural del modelo de ciudad y de región que queremos, es decir, no queremos convertir a la Comunidad de Madrid en una región que sea atractiva para los turistas a costa de los madrileños. Al contrario, queremos que sea una región atractiva y que disfruten sobre todos los madrileños y las madrileñas y que eso sea lo que haga un destino atractivo para los turistas. Por eso, nosotros estamos a favor de que la actividad turística se regule y se mantenga dentro de unos límites razonables que la conviertan en una actividad sostenible medioambientalmente, que conviva con la vida urbana de los habitantes sin afectarla y que, por tanto, sea una vida sostenible en el tiempo. El gran problema del turismo -creo que todos somos conscientes- es el de morir de éxito, que el modelo, o la falta de modelo, atraiga a tantos turistas o que lo haga en unas condiciones, o atraiga a unas zonas determinadas tantos turistas, que acabe matando las condiciones que la hacían atractiva para que vinieran o, lo que es peor, que acabe dificultando la vida de los habitantes de la ciudad, como de hecho ocurre en muchos casos con la situación de los pisos turísticos, que es uno de los grandes temas que nos preocupan en Más Madrid. La demanda de viviendas de uso turístico sufrió una gran caída durante la pandemia, como no podía ser de otra forma, pero ahora, con la recuperación del turismo nacional e internacional, volvemos a estar en una situación que pronto, si no lo es ya, será problemática, por varios motivos: en primer lugar, por el efecto que tiene sobre el precio de los alquileres, y la situación de la vivienda, como sabemos, en la Comunidad de Madrid es especialmente problemática; en segundo lugar, porque perjudica al sector hotelero, que es el que crea verdaderamente empleo de calidad en el sector turístico, y, en tercer lugar, porque son repetidas las quejas de numerosos vecinos en muchísimos casos, pero especialmente en aquellos en los que hay un gran número de pisos turísticos en su bloque. En Más Madrid creemos que los pisos turísticos deben tener una regulación, como mínimo, equivalente a la que tiene el resto del sector, o sea, una regulación que a día de hoy no existe, y que esa regulación se cumpla, porque la Comunidad de Madrid -corríjame si me equivoco- solo tiene diez inspectores y entre 2015 y 2019 solo pusieron dieciocho multas. Nosotros proponemos una regulación que limite o que prohíba la presencia de viviendas de uso turístico en las zonas más

tensionadas de la región y que limite el número de noches al año en las que se pueda ofrecer sus servicios, estableciendo también un máximo de pisos turísticos por zona de la región, por número de habitantes o por los servicios que tenga. Yo creo que sería una buena oportunidad para abordar la modificación de la Ley de Ordenación Turística de la Comunidad de Madrid, que también nos gustaría saber si va a llegar este año.

El segundo punto es que en Más Madrid es muy importante fomentar la sostenibilidad ecológica del turismo. Es un año más, y llevamos unos cuantos, que el verano nos deja claro lo que nos espera en las próximas décadas si no ponemos freno al cambio climático; no sé en qué país lo ha pasado el señor portavoz de Vox, pero todos los que hemos estado aquí, en España, este verano hemos visto incendios, sequías, olas de calor, muertos por golpes de calor, etcétera. El turismo, como sabemos, tiene un doble papel respecto a los cambios climáticos: por un lado, es un sector que lo provoca y lo agrava y, por otro, es un sector que lo sufre. En tanto que es un sector que contribuye al cambio climático, el turismo debe hacer todo lo posible, debe hacer un esfuerzo por reducir su impacto ambiental. Para ello, además de captar y aprovechar esos planes de sostenibilidad, tanto ordinarios como extraordinarios, procedentes del ministerio o del mecanismo de recuperación y resiliencia, en Más Madrid apostamos por desarrollar instrumentos propios como son la creación de un sello de sostenibilidad turística que garantice los más altos estándares de sostenibilidad ambiental y de cumplimiento de la normativa laboral en la región y, por otro, una ecotasa progresiva que no tenga afán recaudatorio sino que se use para alimentar un fondo de sostenibilidad que financie actuaciones destinadas a reducir el impacto ambiental del sector turístico. Tampoco podemos olvidar -esto es importante- que, al final, el turismo, tanto en Madrid como en otras regiones, también sufre las consecuencias del cambio climático, no es solo un sector que lo provoque, y creo que en este verano todos hemos pasado días y noches en los que no apetece salir a la calle en Madrid o noches en las que es imposible dormir, por no hablar de que este verano la Comunidad de Madrid ha triplicado a Andalucía en número de muertes asociadas a la ola de calor, según el MoMo.

Por otro lado, a la Comunidad de Madrid le falta, además, yo creo, un modelo turístico adaptado a la realidad diversa de sus municipios, que cuente con ellos durante todo el proceso, que los proyectos contenidos y las experiencias turísticas no se hagan solo de la ciudad de Madrid, que a veces pasa, sino que estén apegadas al territorio. Por ejemplo, es una reivindicación recurrente de los vecinos de Manzanares el Real que se modifiquen las rutas y las visitas que se hacen al castillo, para que, además de hacer la visita al castillo llegando ahí al parking y luego recoger a la gente e irse, pues que pasen también por el pueblo para que el pueblo y los negocios del pueblo se beneficien de dichas visitas. Por eso, en Más Madrid apostamos también por que haya más agentes de desarrollo turístico en los municipios, no todos en cada municipio, pero que conozcan la realidad local y que favorezcan que el turismo sea beneficioso para todo el municipio.

Acabo ya refiriéndome a la modificación de la Ley de Ordenación del Sector Turístico preguntándole cuáles son las líneas maestras en las que se va a reformar, y también, como ha dicho el compañero del Grupo Socialista, si va a llegar en esta legislatura. Hay una cosa que nos ha sorprendido y hemos observado con preocupación, y es que hemos leído en la memoria del

anteproyecto, que está en la web, que se pretende eliminar la figura de las áreas turísticas saturadas, en las cuales se prohibía instalar nuevas empresas o establecimientos turísticos, bien por exceso de oferta, bien por razones de protección del medio ambiente, y se va a sustituir por unos programas de rehabilitación. Y nuestra pregunta es muy clara: ¿esos programas de rehabilitación van a incluir la posibilidad de limitar legalmente la actividad turística de determinadas zonas cuando sea necesario, lo exijan los vecinos o lo exijan los municipios? Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Por el Grupo Parlamentario Popular tiene la palabra el señor Peña también por tiempo de siete minutos.

El Sr. **PEÑA OCHOA**: Buenas tardes. Gracias, presidenta. Estando hoy en la Comisión de Turismo y Deporte, no puedo por menos que felicitar a la selección española de baloncesto por su victoria ayer y conseguir ser campeona de Europa, desde luego que todo un orgullo para el país y para Madrid.

Bienvenido de nuevo a esta comisión, señor director general. Buenas tardes, señorías. Muchas gracias en primer lugar por su comparecencia, señor Martín, y sobre todo muchas gracias por la claridad con la que nos ha explicado a los miembros de esta comisión cuáles son las acciones que se están llevando a cabo y los objetivos que persigue la consejería para que la Comunidad de Madrid siga encabezando los rankings de destino preferente por los flujos turísticos de todo el mundo. Y es que el turismo para nuestra región es una prioridad que la presidenta Díaz Ayuso ya ha manifestado en diversas ocasiones, y así lo confirman las diversas acciones que desde su Gobierno se están llevando a cabo, muchas de ellas transversales. No puedo por menos que felicitar a la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, a la que usted pertenece, por el trabajo que están realizando en materia de promoción turística y que se ha hecho visible a través de datos objetivos, datos que parten de una situación, como se decía antes aquí, anómala, una situación en la que todos los países y regiones del mundo han luchado por posicionarse en el mejor lugar posible de la parrilla de salida tras el cierre de fronteras con motivo de la covid-19. Es un hecho objetivo que la Comunidad de Madrid ha hecho bien su trabajo, y ello se traduce en la rápida recuperación del turismo en nuestra región. Un ejemplo bastante claro, y usted lo ha mencionado, señor director general, son los datos de julio de este año. A pesar de que Madrid no es un destino ni de sol ni de playa, ni de verano, nuestra región ha alcanzado un 99,7 por ciento de recuperación de visitantes respecto al mismo mes de 2019; un 99,7 por ciento de recuperación de visitantes frente al 92 de la media nacional, lo que significa que Madrid ha crecido en visitantes un 8 por ciento por encima de la media del país.

También es digno destacar que durante el mismo mes de julio, y usted también lo ha mencionado, se ha alcanzado el cien por cien el número de turistas internacionales que nos visitaban antes de la crisis sanitaria, visitantes que son los que mayor gasto generan y mayor tiempo de estancia están en nuestra región; en este caso ha dejado un total de 1.093 millones, lo que significa un 13,2 por ciento más que el mismo mes de 2019, lo que significa no que hayamos recuperado el turismo sino que lo hemos incrementado porque se han hecho las cosas bien.

Por otro lado, me gustaría hacer una mención especial a un dato muy importante, como es el de las pernoctaciones en general, ya que los visitantes han optado por alargar sus visitas a Madrid, y esto queda patente en que las estancias en los hoteles han experimentado un incremento nada más y nada menos que del 86 por ciento en el mes de julio. Insisto en que Madrid no es un destino de playa ni de verano, y el verano para Madrid es temporada baja.

Señorías, estos datos, pues, no son casualidad sino fruto del trabajo bien hecho por la Comunidad de Madrid en colaboración con el sector turístico privado en la carrera con el resto del mundo por conseguir la mejor posición de salida tras el covid-19. Así lo hemos conseguido, y gran parte de este éxito, desde nuestro punto de vista, es que Madrid ha proyectado ser una región abierta al mundo desde antes de la apertura de fronteras. Madrid ha sido un referente internacional en compatibilizar la gestión de la crisis sanitaria con mantener viva la actividad económica ligada al sector turístico, dando apoyo en todo momento a la hostelería, a la cultura y al arte, con medidas como bonificaciones fiscales y de relajación tributaria, sin dejar de cumplir las medidas sanitarias que se exigían en cada momento; esto significa que somos un ejemplo de gestión y de libertad para el ciudadano. Señor Vinagre, el apoyo al sector se ha tenido; durante los peores momentos de la pandemia se sacó el bono turístico, la Comunidad de Madrid ha contratado a la Asociación de Guías Oficiales de la Comunidad de Madrid para que se haga turismo interior.

Ese es el éxito de Madrid, está muy por encima, un 8 por ciento, del resto de las comunidades autónomas, porque ha mantenido al sector turístico vivo, y eso ha sido fundamental. Y es que un sector que representa el 7 por ciento del PIB de la región y el 13 por ciento de la capital es un generador de empleo, y eso siempre lo hemos tenido claro; empleo y riqueza que no solo se deben salvaguardar sino que se deben potenciar día a día. Y en este camino, permítame, señor director general, el Gobierno de la presidenta Ayuso cuenta con todo el apoyo y el trabajo de este grupo parlamentario para que siga adoptando medidas que nos asienten en la pole position como destino turístico mundial. En este sentido queremos aplaudir todas y cada una de las iniciativas que están en marcha o aquellas que son de futuro y que usted nos ha explicado. Me parece muy interesante, por ejemplo, cómo han trabajado en la deslocalización del turismo de núcleos urbanos con productos promocionales que ha mencionado, como MadRural o Villas de Madrid, lo cual contribuye también a reducir la estacionalidad y, lo que es más importante, generar actividad económica en zonas rurales en riesgo de despoblación. También, señor Martín, ha hecho hincapié en un factor que nos parece sumamente importante en estos tiempos, como es el de la digitalización, la adaptación de la cultura de trabajo a la nueva realidad potenciando el uso de herramientas digitales. El proceso de cambio tiene como punto de partida la tecnología y el uso de aplicaciones colaborativas para facilitar la comunicación interna, la sinergia entre equipos y el desarrollo de proyectos con una perspectiva de 360 grados.

Como decía antes, el turismo es un gran generador de riqueza y empleo para nuestra región, no hay más que ver que da trabajo a más de 200.000 personas; por eso, frente a las reticencias de la izquierda, que ya las ha mostrado en esta Cámara, en el Grupo Parlamentario Popular apoyamos sin fisuras la colaboración entre Administraciones y, sobre todo, la colaboración

público-privada entre la Administración y las asociaciones y empresas del sector turístico. Conjugar el talento empresarial con la solvencia de la Administración pública creemos que es la mejor forma y la más rápida de llegar lejos y de ser mucho más competitivos; por eso celebramos los proyectos de promoción y comercialización que la dirección general ha puesto en marcha en colaboración con estas asociaciones y empresas del sector para captar mercados internacionales, como ha mencionado, el norteamericano, el Latam, Asia y Oriente Medio. Usted, señor Martín, no lo ha mencionado, pero sí me gustaría hacer referencia a algo muy importante que creo que hay que poner en relieve y sobre todo por la importancia que tiene en nuestra región, que es el turismo MICE. Para que se hagan una idea, el turismo de negocios supone el 25 por ciento de los movimientos turísticos del mundo, y Madrid es líder, ¡líder!, en este tipo de turismo de congresos, reuniones y negocios gracias a las grandes infraestructuras que tenemos, como es Ifema, gracias a nuestro transporte, gracias a nuestros servicios, que nos han llevado a recibir por segundo año consecutivo el galardón de mejor destino de congresos de toda Europa, otorgado en el World MICE Awards.

Termino ya animando al Gobierno de la Comunidad de Madrid a que siga trabajando por un turismo sostenible de alto impacto, de calidad, que sin duda es un referente de gestión para otras comunidades autónomas y uno de los factores claves que contribuyen a sacar a España del caos en el que estamos metidos. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Señor Martín Izquierdo, para contestar a lo requerido por los grupos parlamentarios tiene usted el uso de la palabra por tiempo de siete minutos.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Martín Izquierdo): Gracias, presidenta. En primer lugar, me gustaría hacer referencia a proyectos y líneas de trabajo en materia de sostenibilidad que no tuve tiempo en mi intervención anterior. De manera habitual, o recientemente, aparte de la promoción de la práctica de un turismo responsable en la Comunidad de Madrid a través de diferentes canales, también diseñamos experiencias y productos turísticos que ponen en valor la cultura local y que vertebran el territorio, la promoción de productos turísticos que fomenten ese turismo de proximidad, como MadRural, y por supuesto un apoyo inmenso a la promoción y comercialización de las diferentes comarcas turísticas. También el diseño y promoción de rutas turísticas a través de itinerarios no motorizados; diseño, desarrollo y promoción de productos de proximidad agroalimentarios, vinos de Madrid, gastronomía local; también la reducción de todo el material promocional en formato papel, el diseño de productos de promoción alternativos que promuevan la igualdad de género, la inclusión de colectivos sociales, como LGTBI o mayores de 65 años; generación de productos y experiencias específicas para personas con discapacidad; apoyo a municipios de la región para el desarrollo de estrategias que integren a los agentes locales y generen actividad económica y empleo en los territorios, y un largo etcétera.

También quiero destacar la incorporación de la Comunidad de Madrid a la red NECSTouR, como comenté anteriormente, una red de regiones de ámbito europeo para el desarrollo sostenible de las mismas. Por supuesto, como ya saben, en los planes de sostenibilidad turística en destino se incluyen numerosos proyectos a los que hemos hecho referencia. También seguiremos trabajando

para poner en valor buenas prácticas, subvenciones para la mejora de la eficiencia energética de las empresas de alojamiento turístico de la Comunidad de Madrid, y un largo etcétera que pueden ver en detalle en el plan territorial de los planes de sostenibilidad turística extraordinario.

Por otro lado, en cuanto al Colegio Profesional de Turismo, es una competencia que corresponde a la Consejería de Presidencia; ya está registrado en la Asamblea y se encuentra en periodo de enmienda.

También me gustaría dar respuesta acerca del proyecto Madrid Turismo by Ifema. Es el nombre de un proyecto, no es el eslogan de Madrid y mercados internacionales. Yo creo que es un ejemplo de colaboración público-privada, con una inversión importantísima por parte de la Comunidad de Madrid, que va a reunir al ayuntamiento, a Ifema y, por supuesto, al sector privado, a través de las principales asociaciones empresariales, para lanzar grandes proyectos para llegar a los mercados internacionales de larga estancia, de gran capacidad de gasto, como son Norteamérica, Latam, Oriente Medio y Asia. Yo creo que es un ejemplo de colaboración público-privada, muy bien aceptado por el sector, y, más allá de que pueda gustar más o menos el nombre del proyecto, se trata de un proyecto, no es un ente, no duplica estructuras y, lógicamente, se ha diseñado con los máximos criterios de eficiencia para lograr que todo el presupuesto asignado se dedique a promoción turística.

En cuanto a la legislación, ahora mismo está en proceso de tramitación la modificación de la Ley de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid. Quería deciros el detalle de ese procedimiento, que esperamos, lógicamente, que concluya en esta legislatura. Ya finalizó el periodo de consulta pública, también la valoración del proyecto normativo y su Mind, la solicitud simultánea de informes preceptivos y otras consultas, y está pendiente iniciar el trámite de audiencia e información pública. Por lo cual, nuestro calendario de trabajo es que llegue, lógicamente, a aprobarse dentro de la presente legislatura.

En cuanto a enoturismo, que también han hecho ustedes alguna referencia, colaboramos muy de la mano tanto con Vinos de Madrid como con la Asociación Rutas del Vino de Madrid. Tenemos una subvención con ellos todos los años para seguir mejorando la oferta turística, para acciones de promoción y comunicación, y colaboramos y están presentes en infinidad de fam trip y press trip, campañas de promoción, vídeos turísticos, y la relación con ellos es excelente. Y por supuesto no nos olvidamos de los vinos de Madrid y de las bodegas visitables, que es un gran producto turístico.

También nos han pedido una valoración sobre las 70 rutas turísticas que presentamos hace unos meses. Ha sido durante muchísimo tiempo la sección más visitada de nuestra página web. Aparte, seguimos trabajando con los municipios en la creación de nuevas rutas y hemos puesto en marcha una herramienta tecnológica que permite que cada municipio pueda incorporar nuevas rutas, que a su vez se vuelca en todas las oficinas de turismo de la Comunidad de Madrid.

También han hecho referencia a las viviendas de uso turístico, a todo el procedimiento de inspección. Es un fenómeno complejo y es necesario mucho tiempo para entrar en profundidad.

Hacían referencia a que hay muy pocas multas. Nuestro objetivo no es recaudar, es decir, en todo el procedimiento que hacemos de inspección se da la opción a cualquier empresa y a cualquier particular a que se dé de baja y, en caso contrario, se inicia un proyecto sancionador. En la inmensa mayoría de los casos se da de baja a la vivienda turística. Todos sabemos que durante los últimos cinco o seis años previos a la pandemia hubo una explosión de viviendas turísticas en el contexto nacional e internacional; la pandemia, y también por otras medidas, ha parado ese crecimiento e incluso estamos observando, gracias a la acción inspectora, la baja de un gran número de viviendas turísticas. En 2021 se hicieron 847 acciones inspectoras y en lo que llevamos de 2022 hemos superado las 1.000; estamos en 1.087 acciones inspectoras. Atendemos, por supuesto, todas las denuncias o requerimientos por parte de las asociaciones de vecinos. Y estamos en proceso de poder reforzar el equipo de inspectores. Pero yo no creo que sea un tema de sancionar por sancionar sino de tratar de ordenar esta actividad. Tenemos una normativa que estamos aplicando y nuestro objetivo, lógicamente, es cumplir la ley. Cuando hablamos de viviendas turísticas es muy importante poner de manifiesto que la capacidad de decidir el modelo de desarrollo de un destino municipal es competencia municipal a través de la política pública de urbanismo. En la Comunidad de Madrid ordenamos la vivienda turística, definimos aquellos requerimientos básicos, aquellos requisitos básicos, protegemos al consumidor y, por supuesto, la sanción y la inspección de la misma.

En cuanto a la ley de vivienda, por ejemplo, que es de carácter estatal, finalmente no recogió ese número de noche de pernoctaciones por parte de la vivienda turística, que tribunales, en el pasado, han quitado la razón a diferentes comunidades autónomas cuando han tratado de legislarlo.

La Ley de Ordenación del Turismo, que he hecho un repaso breve del estado de tramitación, sí transita de áreas turísticas saturadas a una zona de rehabilitación. El objetivo de la Ley General de Turismo es actualizar y ser más flexible de cara a la regulación y ordenación futura del sector; en ningún momento es la figura para prohibir o no prohibir las viviendas de uso turístico. Y estas figuras no se encaminan de ninguna manera con ese fin, es simplemente poder actuar o poder hacer planes específicos para impulsar el sector turístico en áreas que lo necesiten, tanto si están saturadas como si no lo están, y de ahí viene el cambio.

Aparte de en la modificación de la Ley de Ordenación del Turismo estamos trabajando en la actualización y la modificación del decreto de establecimientos hoteleros, y en fase de estudio, como dije anteriormente, se encuentran otros subsectores del turismo.

En cuanto a sellos de sostenibilidad, estamos a la espera de que el Estado decida y concrete una línea presupuestaria muy importante dentro del mecanismo de recuperación y resiliencia que parece ir por esa línea, y tampoco queremos avanzar demasiado por no duplicar esfuerzos.

También han hecho diferentes menciones y referencias a productos, acciones de promoción. El detalle es complicado darlo; estamos a su disposición para aclarar cualquier duda, en esta comisión o no, pero, bueno, yo creo que ha quedado de manifiesto, y es importantísimo, todo el apoyo que la

Dirección General de Turismo da a las diferentes asociaciones empresariales y, por supuesto, a los diferentes municipios, productos turísticos y con marca, con un esfuerzo promocional que ha duplicado en 2022 la inversión en promoción turística respecto a 2021; creo que es un avance y un hecho que hay que poner de relieve.

También han hecho referencia a unos problemas concretos en algunos municipios. Nuestra competencia es la ordenación del turismo en cuanto a su oferta turística, crear oferta y esa gran promoción. Por supuesto, los municipios cuentan con nuestro apoyo para diseñar rutas específicas, productos específicos que, por supuesto, vamos a apoyar y vamos a promocionar en los diferentes canales de promoción que tenemos.

También, lógicamente, somos conscientes de nuestras competencias cuando hablamos de cambio climático. Nuestra competencia es la ordenación de la oferta turística y la promoción y la comercialización y, por supuesto, tomamos medidas específicas en este sentido, como todas aquellas contempladas en la línea de sostenibilidad que he relatado anteriormente, todos los proyectos que vamos a lanzar, tanto propios como en colaboración con comarcas y municipios turísticos, dentro del mecanismo de recuperación y resiliencia, y por supuesto, todo lo que podamos hacer desde un punto de vista de concienciación tanto a residentes como a turistas. Yo creo que el modelo turístico de la Comunidad de Madrid va evolucionando, se va reduciendo la estacionalidad, se va incrementando la estancia media, se va aumentando el gasto, cosa que es muy positiva desde un punto de vista de sostenibilidad de destino.

Hay un tema muy importante –ya es público, lo pueden consultar en el perfil de contratante– y es que se ha licitado una estrategia, una gran estrategia de sostenibilidad de turismo de la Comunidad de Madrid. Hemos pensado que el momento es ahora, después de dos años y medio en los que, como saben todos ustedes, ha habido muchísimos cambios; hemos tenido que ir orientando planes de acción constantemente. Por supuesto, este proceso de reflexión estratégica, que durará cinco meses aproximadamente, permite la participación del sector público, el sector privado, municipios, empresas, asociaciones. Y, por supuesto, les invito a que sean partícipes de este proceso de reflexión estratégica, que, por supuesto, es importantísimo y hay que tener claros los objetivos, las estrategias y líneas de trabajo, y pensamos que ahora que el sector está en pleno proceso de recuperación es el momento de observarlo.

Respecto al observatorio, trabajamos, lógicamente, con un observatorio, tenemos nuestros excel, controlamos perfectamente cada dato, cómo evoluciona cada mercado... En lo que sí estamos trabajando es en una herramienta que de alguna manera se pueda automatizar; es competencia de Madrid Digital y estamos trabajando con ellos, pero cualquier decisión que tomamos en cuanto a promoción, especialmente en cuanto a promoción internacional, son decisiones informadas en base a la recuperación de cada mercado, el gasto, su estacionalidad, su capacidad adquisitiva, etcétera. Por supuesto, las fuentes de información son públicas y estamos desarrollando una red analógica para ordenarlo y ayudar al sector a que lo puedan entender.

En cuanto al reconocimiento del esfuerzo del sector privado, totalmente de acuerdo. Respecto a los fondos europeos, es un trabajo muy detallado que estamos haciendo con la Secretaría de Estado, un modelo de gestión muy complejo que, desgraciadamente, aún no se ha podido ver en el territorio, pero yo creo que es muy próximo que puedan llegar los presupuestos a las diferentes comarcas o municipios para que puedan empezar a ejecutar.

Los planes de sostenibilidad turística ordinarios funcionan bien, la comisión de seguimiento de los planes ya adjudicados, que son Cercedilla y Alcalá de Henares, se va ejecutando correctamente, y recientemente se han adjudicado los planes de Torrelaguna y de El Atazar, que todavía no ha empezado su ejecución, y empezará en el siguiente año. Gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señor Martín Izquierdo; tendrá luego oportunidad de cerrar el debate. Pasamos ya a los turnos de réplica para aquellos grupos parlamentarios que así lo deseen. Señor Cutillas, ¿quiere hacer uso, por tiempo de tres minutos, de su turno de réplica? (*Pausa.*) Tiene la palabra.

El Sr. **CUTILLAS CORDÓN**: Gracias. Solo quiero hacer un pequeño apunte al representante de Más Madrid, y es que quiero recordarle que los incendios más grandes que han ocurrido este verano en España, como los de Galicia, Castilla y León, en Zamora, o en Mijas, Málaga, han sido provocados y no tienen nada que ver con el cambio climático.

Volviendo a lo importante, que es la comparecencia del director general, quería preguntarle también sobre un tema que se me ha quedado antes en el tintero, que es la promoción turística en Estados Unidos, Asia, y también quieren ampliarlo en Iberoamérica. La presidenta Ayuso mencionó en el pasado debate sobre el estado de la región la intención de incrementar las promociones turísticas - ella no hablaba de inversiones sino de turismo- tanto a Estados Unidos como a los países asiáticos. ¿Qué nos puede decir sobre esto? Indudablemente, nos interesa conocer qué se ha presupuestado o si se va a presupuestar; al fin y al cabo no dejan de sorprendernos los anuncios en otoño de 2021 y de días atrás por parte de la consejera sobre que la Comunidad de Madrid destinaría 1,1 millones de euros para la promoción turística de la región en Estados Unidos, el pasado 6 de septiembre. Es algo que anunció el año pasado y luego constatamos que los resultados no son mejores que antes de 2019, 2020, por supuesto, 2021, etcétera. Queríamos conocer su opinión, aunque sabemos que lo que van haciendo va en la buena línea, pero todavía pensamos que se puede mejorar.

Para ello, nosotros planteamos cuestiones como las del Madrid Turismo by Ifema, que pensamos que, aunque no sea un ente, creemos que es un paso positivo en un primer intento de aunar los criterios entre comunidad y ayuntamiento, porque creemos que es un despropósito que haya tantos entes y tantas empresas, y chiringuitos también, por qué no decirlo, que algunos aparecen, desaparecen y se vuelven a crear, se cambian de nombre. Entonces, queremos que todo esto sirviera para llegar a nuestra propuesta de crear un solo ente, un único organismo que contribuya y sirva para promocionar de verdad el turismo en sus dos vertientes, tanto en el ayuntamiento como en la comunidad. Creemos -lo he dicho antes, pero lo repito porque creo que es

importante- que es un despropósito que el ayuntamiento se gaste un dineral cuando va a promocionar, sobre todo últimamente, a Estados Unidos y luego la comunidad vuelva a hacer lo mismo.

Poco más, porque, aparte, no hay mucho tiempo. Yo creo en el enoturismo. Dice usted que se está ayudando, pero ellos mismos reconocen, como saben ustedes, Rutas del Vino de Madrid, Denominación de Origen Vinos de Madrid, que la ayuda es muy pequeña. Si realmente las bodegas cada vez son más importantes, cada día elaboran mejores vinos, sus inversiones son más grandes y crean más empleo, creo que es todavía insuficiente la cantidad que la Comunidad de Madrid, el Gobierno de la Comunidad de Madrid, aporta para potenciar esto, que, como digo, en otras regiones de España aporta no solo mucha promoción turística, sea de lujo o no, sino de todo tipo, porque también hay que apoyar al turismo de la provincia, de la región de Madrid. Por lo tanto, creemos que esto es básico para el comercio, para la industria del turismo, la industria de la restauración, etcétera, que es tan importante para esos municipios donde normalmente se ubican estas bodegas. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Señor Vinagre, tiene la palabra por tiempo de tres minutos.

El Sr. **VINAGRE ALCÁZAR**: Gracias, presidenta. Agradezco las aclaraciones y la información que nos ha facilitado el señor Martín, el director general. No ha comentado nada en relación con el intrusismo, y me gustaría que hiciera alguna valoración al respecto; es una problemática importante y creo que debemos tomárnosla en serio, con acciones concretas y con una estrategia clara y contundente.

Nosotros, por otro lado, coincidimos en el modelo de gestión, en un modelo sostenible que mejore la competitividad, en el que la colaboración público-privada esté presente y la colaboración entre las Administraciones sea algo cotidiano en el día a día. En ese sentido, creemos que la Mesa Regional de Turismo es un buen instrumento, un excelente instrumento de coordinación y de colaboración con los 179 municipios de la Comunidad de Madrid, porque la Comunidad de Madrid la componen 179 municipios, no como en algún momento me ha parecido escuchar del anterior portavoz, que parece que solamente existe la ciudad de Madrid y no los otros 178 municipios. Creemos, por tanto, que ese puede ser un instrumento eficaz y eficiente en esa necesaria colaboración.

Para finalizar, dos cuestiones muy rápidas con relación a Ley de Ordenación Turística. Vuelvo a decir que aún no ha entrado aquí el anteproyecto, proyecto de ley. Somos pesimistas, creemos que no va a llegar, y ojalá nos equivoquemos.

Se ha hablado sobre cuál es la prioridad. Decía el portavoz del Partido Popular -y ahora seguramente me contestará- que la prioridad del Gobierno regional en relación con el turismo es evidente pues el 7 por ciento del PIB solamente representa el 0,33 por ciento del presupuesto de la Comunidad de Madrid. De verdad -e invito a todos los grupos-, creo que tenemos que hacer un

esfuerzo para los próximos presupuestos por incrementar notablemente un sector que es primordial, que es fundamental para esta comunidad. Tenemos mucho potencial, tenemos muchas capacidades, pero también necesitamos un decidido impulso desde las Administraciones para ayudar precisamente a la Administración, sea local o sea regional, para poner a Madrid donde tiene que estar: en la vanguardia. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, señoría. Señor Tejero, si lo desea, tiene la palabra por tiempo de tres minutos.

El Sr. **TEJERO FRANCO**: Muchas gracias por su intervención; la revisaremos y volveremos a hacerle comparecer o iremos haciendo preguntas. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Señor Peña, ¿quiere hacer uso de su turno de réplica? *(Pausa.)* Tiene la palabra.

El Sr. **PEÑA OCHOA**: Muy brevemente, presidenta; únicamente para rebatir unas cuantas cosas al señor Cutillas, del Grupo Vox, porque dice una cosa y luego se contradice. Habla de chiringuitos, todo el rato hablando de chiringuitos; debe de ser usted fan de Georgie Dann. Cuando se crea Ifema, que es un convenio con el Ayuntamiento de Madrid para la promoción turística internacional, donde realmente se van a aunar esfuerzos y gastos, usted lo critica también; entonces, póngase de acuerdo.

Luego, dice que todavía no hemos alcanzado los resultados de 2019. El director general ha dado datos en su comparecencia, y yo también los he dado en mi intervención. Se ha recuperado el 99,7 por ciento respecto a julio de 2019, y no solamente es eso sino que ha aumentado el número de pernoctaciones y el incremento de estancia en hoteles ha aumentado un 86 por ciento, casi el doble; entonces, si eso no es mejorar los datos, yo no sé a qué se refiere usted.

La promoción turística que hace el alcalde de la ciudad de Madrid... *(Rumores)*.

La Sra. **PRESIDENTA**: Por favor, dejen hablar a la persona que está en el uso de la palabra.

El Sr. **PEÑA OCHOA**: Respecto a la promoción turística, que usted critica que vaya primero Ayuso y que luego vaya Almeida, el alcalde Almeida ha ido a conmemorar el cuarenta aniversario de hermanamiento entre dos ciudades, Madrid y Nueva York. Usted tiene que diferenciar entre región y ciudad, aunque seamos uniprovincial. No hay que tener en cuenta lo que cuesta ir por cada delegación, hay que tener en cuenta, señor Cutillas, la repercusión que eso tiene en nuestra ciudad, y la repercusión...; a la vista están los datos. Entonces, yo prefiero que sea usted más prudente en este tipo de afirmaciones, porque muchas veces van en contra de los intereses de los madrileños.

Nada más sino agradecer al director general su comparecencia, gracias por todas las aclaraciones, y le animo a que siga trabajando en esta línea. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Gracias, señoría. Señor Martín Izquierdo, para cerrar el debate tiene usted el uso de la palabra por tiempo de cinco minutos.

El Sr. **DIRECTOR GENERAL DE TURISMO** (Martín Izquierdo): Gracias de nuevo, presidenta. En primer lugar, simplemente voy a hacer una reflexión acerca de las dudas en cuanto a inversiones y proyectos de promoción de mercados internacionales, en concreto en Estados Unidos. Por un lado, es importante aclarar que este proyecto que hacemos en colaboración con el ayuntamiento y con Ifema va precisamente por esa línea, es una inversión de 30 millones de euros por parte de la comunidad, en tres ejercicios presupuestarios, y trata de atacar los mercados norteamericano, asiático, latinoamericano y de Oriente Medio. Es una herramienta de colaboración público-privada y pública-pública real. Aparte, crear un único organismo de promoción turística autonómico y local, desde un punto de vista competencial y jurídico, es inviable, ninguna comunidad o ciudad española lo tiene en ningún momento, porque los intereses en el ámbito territorial y competencial son diferentes. Con el ayuntamiento, aparte, llevamos muchísimo tiempo trabajando de la mano; vamos a viajes promocionales juntos, generamos grandes eventos y grandes proyectos de manera conjunta, por ejemplo, en Ifema, el pabellón de Madrid es compartido por ambas Administraciones, financiándola al 50 por ciento y dando una imagen integrada.

En cuanto a Estados Unidos, y a la espera de resultados por parte de ese proyecto de colaboración público-privada, en los últimos diez u once meses realizamos una gran campaña de promoción a Estados Unidos, de marketing digital, por más de 1 millón de euros, de acción de comarketing con Iberia por más de otro millón de euros, que incluye veinte acciones promocionales. Lógicamente, Estados Unidos es un protagonista en esa campaña que hemos realizado en las OTA, que todavía está activa, por más de 1,3 millones de euros.

En cuanto al resultado, si no me equivoco, el mercado norteamericano está recuperado en Madrid en un 96,5 por ciento, rozando la recuperación total más en gasto. Yo creo que hay que destacar que cuatro grandes capitales europeas, como Londres, París, Berlín o Roma, tienen 20 o 30 puntos menos de recuperación del mercado norteamericano respecto a Madrid; por lo tanto, pienso que las inversiones en la recuperación del mercado norteamericano son muy positivas.

Por supuesto, comparto la importancia de la mesa regional en cuanto al intrusismo en el segmento de los guías profesionales de turismo; lo hemos tratado en comisiones anteriores. Y, en cuanto a actuar jurídicamente, la directiva de liberalización de servicios de la Comisión Europea -otras comunidades autónomas lo han planteado o lo han intentado- hace que sea totalmente inviable.

En cuanto al PIB y al presupuesto, aparte de ese 7 por ciento de PIB directo y del 6,5 en el empleo, es importante poner de manifiesto que el PIB inducido indirecto en la Comunidad de Madrid roza el 18 por ciento, según algunos estudios.

Respecto al presupuesto, yo creo que también es importante poner de manifiesto el esfuerzo presupuestario que ha hecho la Comunidad de Madrid en el último año y que turismo también es comercio, es transporte, es infraestructura, es conectividad, que, lógicamente, corresponde a los

presupuestos de otras políticas públicas y que, obviamente, influye en el desarrollo de la actividad turística.

Para terminar, creo que ha quedado de manifiesto la intensa colaboración tanto con los municipios como con los territorios, las comarcas y, por supuesto, con el sector privado, la colaboración público-privada, la interlocución y el gran número de proyectos y convenios que hemos puesto en marcha.

Seguiremos avanzando en hacerlo lo mejor posible, en ir generando un modelo de gestión que, además, sea sostenible. Esperamos muy pronto la adjudicación de esa gran estrategia de turismo sostenible de la Comunidad de Madrid, de la que, por supuesto, les haremos partícipes, y estaremos encantados de que participen todos ustedes. Muchas gracias.

La Sra. **PRESIDENTA**: Muchas gracias, director general. Agradecemos su presencia en esta comisión esta tarde. Pasamos ya al último punto del orden del día.

#### — RUEGOS Y PREGUNTAS. —

¿Algún ruego o alguna pregunta? *(Pausa.)* Pues, antes de levantar la sesión, recuerdo a los portavoces que celebramos a continuación Mesa y Portavoces. Se levanta la sesión.

*(Se levanta la sesión a las 17 horas y 12 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